Marius Mailat Cristina Mailat

SEO – Ghid De Optimizare Web

http://www.seohelpbook.com/ro

Titlul original al cartii este
SEO Help Book
Marius Mailat, Cristina Mailat

Ziegwebersberg 27,
42799 Leichlingen
Germania
Telefon: +492148689960
E-mail: **order@seohelpbook.com**

www.seohelpbook.com/ro
www.submitsuite.ro

Corectura: Kiselef Adriana
Ilustratia copertei: Horia Muste **http://www.pointzero.ro**

Neasumarea Raspunderii
Autorii nu isi asuma raspunderea si nu ofera nici o garantie privind folosirea sau consecintele ce ar putea aparea in urma folosirii metodelor si programelor descrise. Prin urmare, sunteti de acord sa folositi programele si metodele descrise pe propria raspundere.

Declinarea Responsabilitatii
Autorii nu poate fi trasi la raspundere pentru pagube, directe sau indirecte, sau pentru consecintele ce pot aparea in urma utilizarii programelor si metodelor descrise, incluzand pagube provenind ca urmare a neglijentelor, a incalcarii drepturilor de autor sau a folosirii softurilor, metodelor sau serviciilor.

Pentru mama

Cuprins

Prefata

Cand Marius m-a rugat sa fac aceasta prefata, am fost foarte entuziasmat. Acum cativa ani am vrut sa public si eu o carte despre marketingul online. Cum nu am mai apucat sa o fac, o sa incerc sa prezint aici, succint, cu ce va poate ajuta aceasta carte.

Dar sa ma prezint. Sunt un specialist in marketing online, cu accent pe marketing-ul in motoare de cautare. Pe scurt: SEO. Am lucrat in multe companii, in multe domenii (de la provideri de servicii de Internet prin satelit la producatori de software de securitate), avand o pasiune avida pentru tot ce inseamna online-ul. De cativa ani am si fondat sau co-fondat mai multe companii, printre care si Neutro, compania pe care o conduc in acest moment, specializata pe servicii de marketing online.

Destul despre mine. Sunteti fericitul posesor al unei carti de marketing online, scrisa foarte atent, care trateaza subiecte menite sa fie citite de incepatori dar si de avansati.

Activez de peste 6 ani in acest domeniu si am gasit in ”SEO - Ghid de optimizare web” fie informatii pe care fie le stiam, dar le-am uitat sau ignorat cu timpul, fie informatii de care nu aveam cunostinta. Marius si Cristina au petrecut luni bune si au consumat multe cafele si nopti pentru a face un research impecabil. Acest lucru se poate observa in capitolele prezente in carte.

Probabil ca daca ati cumparat aceasta carte, sunteti deja un incepator in domeniul SEO sau aveti notiunile de baza deja formate. Intrebarea este: de ce avem nevoie de SEO ? Este cea mai eficienta metoda de promovare in noul mileniu.

Am sa va dau un exemplu concret pentru anul 2008. In acest an, ING impreuna cu Zenith Media au efectuat o campanie de review-uri Pro-ING pe aproximativ 30 de bloguri romanesti. Succesul pe online, cu un buget de doar 4% din totalul alocat campaniei (2 mil. €), a fost comparabil cu cel din offline si atat de mare, incat toate partile implicate au fost uimite.

Structura cartii este excelent gandita, fiind impartita in lectii, urcand treptat in dificultate. Va recomand sa nu sariti capitolele, chiar daca aveti impresia ca deja aveti bine intiparite unele notiuni de baza. Veti fi uimiti de cate lucruri nu ati avut ocazia sa va loviti. Va multumesc pentru timp si va urez lectura placuta!

Cristian Mezei

Lectia 1 › Introducere in tehnicile optimizarii pentru motoarele de cautare

OPTIMIZAREA PENTRU MOTOARELE DE CAUTARE. Daca esti webmaster probabil ai auzit deseori expresia asta. Chiar daca ai lucrat ani buni in domeniul crearii de siteuri, s-ar putea sa nu stii prea bine ce inseamna optimizarea pentru motoarele de cautare (SEO). Nu e nici o problema, avand in vedere ca nu e un lucru despre care multe persoane au invatat.

Desi nu este un subiect asa de cunoscut precum ar trebui sa fie, optimizarea pentru motoarele de cautare (SEO) nu e atat de dificil de invatat. De fapt, invatarea tehnicilor SEO poate sa fie foarte usoara. Noi te vom invata totul despre SEO in aceasta lectie. (Glumeam doar; o sa fie nevoie de o multime de lectii pentru acest lucru).

Ce este SEO?

Tehnica SEO reprezinta optimizarea pentru motoarele de cautare, in engleza Search Engine Optimisation. Ce inseamna asta? In esenta, reprezinta construirea unui site prietenos fata de motoarele de cautare, care sa atraga un numar cat mai mare de vizitatori veniti prin cautari directe, realizate prin motoarele de cautare gen Google, Yahoo, Live.com, Ask etc. Motoarele de cautare, dupa cum probabil stii, reprezinta o sursa principala de vizitatori pentru siteul tau. Cu cat

un site este mai bine optimizat pentru motoarele de cautare, cu atat cresc sansele ca vizitatorii, folosind motoarele de cautare, sa iti gaseasca siteul. Practic, prin optimizarea siteului tau pentru motoarele de cautare, iti maresti numarul de vizitatori. De aceea SEO este o parte esentiala in construirea si promovarea unui website.

Tehnici privind Optimizarea pentru motoarele de cautare.

Acum ca stii ce inseamna SEO, probabil ca vrei sa stii cum sa o aplici pentru siteul tau, ca sa poti culege si tu beneficiile aferente. Sunt cateva tehnici SEO de invatat si noi iti vom prezenta cele mai importante 3 tehnici pe care poti sa le aplici imediat pentru siteul tau.

Tehnica # 1 Cuvinte si Expresii cheie

Tehnica fundamentala a SEO este folosirea cuvintelor si expresiilor cheie. Cuvintele cheie reprezinta cuvinte pe care spiderul motoarelor de cautare (de fapt un program care scaneaza siteurile si transmite informatiile gasite inapoi catre baza de informatii a motoarelor de cautare) este conceput sa le gaseasca. Daca aceste cuvinte sunt gasite, siteul va atrage mai usor atentia spiderului si va fi indexat. Expresiile cheie se comporta la fel ca si cuvintele cheie, cu diferenta ca sunt constituite din doua sau mai multe cuvinte. De exemplu o expresie cheie des folosita este "[produs] bun" (ex. jocuri bune, filme bune etc). Folosirea acestor cuvinte sau expresii cheie poate ajuta un site sa fie bine optimizat pentru motoarele de cautare.

Tehnica # 2 Titluri corecte

Daca te uiti in partea stanga sus a browserului tau web, vei observa un text care afiseaza pe ce pagina web te afli si, in anumite cazuri, ofera si o scurta descriere a siteului. Acest text e cunoscut sub numele de titlul unei pagini web. Titlul este unul din primele lucruri pe care un spider al motoarelor de cautare il va observa cand viziteaza un site. De acceea este important sa fii sigur ca siteul tau are un titlu semnificativ.

Titlul nu trebuie sa includa cuvinte cheie in exces si cuvintele cheie alese de tine trebuie sa corespunda cu continutul paginii. Spiderii au fost antrenati sa descopere siteurile care folosesc un numar de cuvinte cheie extrem de mare si, in consecinta, le vor ignora. De aceea, nu abuza de folosirea cuvintelor cheie. Daca ai un site care se refera la produse de frumusete, un titlu potrivit din punct de vedere SEO pentru pagina principala ar suna cam asa "NaturBox – sursa ieftina de produse naturiste"

Tehnica # 3 Densitatea cuvintelor cheie

Exista asa numitul abuz al folosirii cuvintelor cheie, care poate sa fie mai rau decat lipsa totala a acestora, in ceea ce priveste pozitionarea pe un motor de cautare. Densitatea cuvintelor este numarul de cuvinte cheie impartite la numarul total de cuvinte al unei pagini. De exemplu daca ai 500 de cuvinte in total si 10 cuvinte cheie, vei avea o densitate a cuvintelor cheie de 2%. O densitate potrivita a cuvintelor cheie este una intre 2% si 7%. Orice numar mai mare este considerat exces de cuvinte cheie; orice numar mai mic este considerat prea mic pentru a avea vreun impact semnificativ.

Recapitulare Lectia 1

In aceasta lectie privind SEO - optimizarea pentru motoarele de cautare, am acoperit tehnicile de baza. Ai invatat principiile care stau la baza optimizarii pentru motoarele de cautare si ar trebui acum sa poti sa le aplici pentru siteul tau.

Lectia 2 ›
Google Page Rank si Alexa Rank

DUPA CE AI TRECUT DE NIVELUL DE INCEPATOR privind optimizarea pentru motoarele de cautare (vezi Lectia 1: Introducere in tehnicile optimizarii pentru motoarele de cautare), vei incepe sa auzi o multime de termeni nefamiliari. Printre acestia se numara si Google Page Rank si Alexa Rank. Acestea sunt subiecte de interes pentru webmasterii care vor sa fie siguri ca siteurile lor o duc bine privind pozitionarea in motoarele de cautare.

Chiar daca si Google Page Rank si Alexa Rank sunt importante in SEO si masoara de fapt acelasi lucru: popularitatea unui site, sunt totusi diferite in anumite aspecte. Aceste diferente fac importanta intelegerea conceptelor de baza privind atat Google Page Rank cat si Alexa Rank, care vor fi explicate in aceasta lectie.

Ce este Google Page Rank ?

Google Page Rank, dupa cum fondatorii companiei Google, Larry Page si Sergey Brin, au declarat , este un instrument conceput pentru a clasifica siteurile care sunt indexate de catre motorul de cautare Google. Page Rank-ul poate lua valori de la 0-10. Zero reprezinta cel mai mic scor posibil pentru un site, in timp ce zece este cel mai mare. Insa afirmatia: „Cu cat este mai mare page rankul unui site cu atat primeste un numar mai mare de vizitatori" nu este adevarata. Page Rank-ul este in ultimul timp folosit strict ca si un mod de a clasifica un site, nu exista o legatura directa (dovedita) intre Page Rank si rezultatele in cautari.

Acum stii ce este Google Page Rank. Dar cum este calculat el exact? Google foloseste o formula matematica extrem de complicata pentru a determina rangul unei pagini. Am putea petrece realmente intreaga lectie analizand aceasta formula (din nou neoficiala) dar s-ar dovedi o pierdere de timp. In loc de asta, vom discuta la un nivel mai putin profund dar care se va dovedi extrem de folositor.

Cand Google evalueaza un site pentru calcularea Page Rank-ului, se iau in considerare mai multi factori. Unul dintre factori este planul general al siteului si cat de complet este acesta. Google nu agreeaza trimiterea catre motorul de cautare a hartilor corespunzatoare unor siteuri incomplete, de aceea ar trebui sa iti trimiti harta siteului numai in momentul in care acesta e complet terminat.

Alt factor important este cel al linkurilor externe. Lui Google ii place cand alte siteuri apreciaza siteul tau printr-un link catre tine. Faptul ca se discuta despre siteul tau si faptul ca acesta este prezent in pagini relevante ca si continut si apropiate de tematica cu siteul tau valoreaza enorm in calcularea importantei. Cu cat numarul de linkuri catre siteul tau e mai mare si sunt plasate in contexte relevante si pe domenii aflate pe clase de IP diferite, cu atat vor avea o influenta mai mare aspura Page Rank-ului.

Ultimul factor important este cat de des se actualizeaza siteul tau. Google uraste siteurile invechite, asa ca ai grija sa iti actualizezi siteul extrem de des. Toti acesti factori formeaza baza a ceea ce se numeste Google Page Rank.

Poti stii ce Google Page Rank are siteul tau, ce Alexa Rank are, numarul de linkuri catre el, cate pagini are indexate, daca este prezent in cele mai importante directoare si siteuri, daca este mentionat in comunicate de presa impreuna cu alti

30 de factori care determina rangul siteului tau, folosind versiunea de proba a softului Website Popularity: **http://www.submitsuite.ro/produse/website-popularity.htm** .

Ce este Alexa Rank?

Alexa Rank este foarte asemanator cu Google Rank, cu o singura diferenta: este in exclusivitate bazat pe: numarul de accesari ale siteului raportate catre Alexa.com, numarul de vizitatori si istoria siteului in ultimele 3 luni. Nu este bazat pe principiile SEO, ca si Google Page Rank, dar, avand un site optimizat pentru motoarele de cautare, te va ajuta.
Rankul Alexa ia valori de la 1 pana 1 miliard sau mai mult, depinzand de numarul de siteuri existente. Fiecare site aflat pe internet este inclus in Alexa Rank, deci tu practic concurezi cu toti.

Scopul principal e sa ai o pozitie cat mai mica (de obicei intre 1-500.000 este considerata o pozitie buna). In momentul de fata, cel mai bine evaluat site pe Alexa este Yahoo.com (Alexa Rank 1), desi Google.com (Alexa Rank 2) reprezinta o amenintare serioasa. Iti poti afla Rank-ul Alexa fie accesand direct Alexa.com, fie folosind Website Popularity.

Cum imi pot imbunatati Google Page Rank?

Partea buna despre Google Page Rank este ca poate fi imbunatatit destul de usor (sau nu). Aplica urmatoare sugestii pentru a ti-l imbunatati:

1. Creeaza un site care este optimizat pentru motoarele de cautare insa este construit in jurul ideii de a oferi vizitatorului informatii pretioase. Siteul tau ar trebui sa fie plin de continut de calitate caruia nu ii lipsesc cuvintele si expresiile

cheie. Incearca sa atingi o densitate a cuvintelor cheie de 2-7 % si asigura-te ca toate cuvintele cheie si continutul sunt in conformitate cu scopul siteului.

2. Foloseste corect titlul si META tagurile. Unul din cei mai importanti factori in optimizarea pentru motoarele de cautare este cel al titlurilor si META tagurilor. Cand le folosesti asigura-te ca titlul este potrivit si META tagurile iti descriu siteul foarte bine. Pentru sfaturi privind META tagurile si titlul citeste Lectia 4: Creearea titlului si a META tagurilor.

3. Inscrie-ti toate paginile in harta siteului la Google. Fa asta numai in momentul in care siteul este complet.

4. Cel mai important lucru este campania de linkuri; cauta sa iti maresti numarul de linkuri catre siteul tau in mod cat mai natural, contactand siteuri similare si propunand afiliere sau reclama. Orice link castigat te va ajuta la cresterea Google Page Rankului.

Cum imi pot imbunatati Rank-ul Alexa?

Ca sa iti imbunatatesti Rankul Alexa ai nevoie sa iti imbunatatesti traficul primit de catre siteul tau. Urmand sfaturile din sectiunile anterioare precum si cele din lectia urmatoare vei reusi sa iti maresti numarul de vizitatori si implicit Rank-ul Alexa. Sunt destule programe pe net care pretind ca pot imbunatati Rank-ul Alexa dar, in general, nu sunt eficiente si pot sa faca mai mult rau decat bine in ceea ce priveste rangul siteului tau. Nu incerca sa iti inscrii siteul in 300.000 de motoare de cautare; acesta e cel mai rau lucru pe care poti sa-l faci.

Lectia 3 ›
Selectarea cuvintelor cheie pentru obtinerea celor mai bune pozitionari

CUVINTE CHEIE, CUVINTE CHEIE, CUVINTE CHEIE. Daca tocmai ai inceput procesul de optimizare a siteului tau pentru motoarele de cautare, probabil ca ai auzit destul de multe despre cuvintele cheie si despre importanta acestora pentru SEO - optimizarea siteului. S-ar putea chiar sa crezi ca se exagereaza cu folosirea lor si ca nu sunt chiar asa de importante pentru optimizarea siteului precum zic unii. Nu asta e insa situatia in cazul de fata.

Cuvintele cheie SUNT atat de importante precum se zice si, daca nu stii sa le folosesti corect, nu vei putea avea un site bine optimizat pentru motoarele de cautare, punct. Vei invata despre cuvintele cheie in aceasta lectie precum si despre selectarea acestora astfel incat sa obtii cele mai bune pozitionari posibile.

Ce sunt cuvintele cheie?

Cuvintele cheie sunt cuvinte foarte importante in ochii spiderului motoarelor de cautare. Acestea sunt cuvinte care il determina pe acesta sa fie atent la continutul siteului. Poti sa iti imaginezi urmatoarea situatie : citesti un articol despre jucatorii de fotbal din campionatul national. De fiecare data cand vezi expresia cheie (un sir de cuvinte alaturate) “jucatorii de fotbal din campionatul national”, ti se aduce aminte despre ce este articolul si te face sa fii atent. In momentul in

care acestia intalnesc un cuvant sau o expresie cheie, li se aduce aminte care este scopul siteului si le atrage atentia.

Cu cat ii atragi atentia mai mult unui spider al motoarelor de cautare, cu atat mai multe informatii va trimite acesta catre motorul de cautare. Cu cat primeste motorul de cautare mai multe informatii, cu atat siteul tau este mai bine pozitionat.

De ce sunt utile cuvintele cheie?

Ar trebui sa stii pana acum de ce ai nevoie de cuvinte cheie pentru siteul tau: ele ajuta la o mai buna pozitionare a siteului tau. De fapt, fara ele nu exista optimizare a unui site pentru motoarele de cautare. Daca doresti sa creezi un site optimizat pentru motoarele de cautare, atunci trebuie sa incluzi si cuvinte cheie. Pentru un site legat de jucatorii din fotbalul intern vei alege cuvinte cheie ca si „jocatori de fotbal“ in favoarea termenilori gastornomici gen „friptura in sange“.

Cum imi aleg cuvintele cheie?

Alegerea cuvintelor cheie nu este un lucru asa de complicat cum ai fi tentat sa crezi. Este de fapt foarte usor in momentul in care cunosti procedeul ce trebuie urmat . Ti-l vom prezenta chiar acum.

Primul pas al procedeului este sa determini cu exactitate despre ce este vorba in siteul tau. Care este scopul siteului? Ce fel de vizitatori vrei sa aduci pe site? Raspunsul la aceste intrebari te vor indruma ce sa faci mai departe.

Avand stabilit despre ce este vorba in siteul tau si dupa ce ai ales ce cuvinte cheie de baza sa folosesti, poti incepe sa te concentrezi pe extinderea acestora si cautarea unor cuvinte asemanatoare, poate mai putin cautate, insa relevante. Daca ai un site despre camere foto digitale, vei vrea sa alegi cuvinte cheie relevante pentru aceasta nisa. De exemplu ai putea folosi expresii cheie de genul "camere foto digitale Canon", "camere foto digitale Kodak" "camere foto digitale Nikon" etc. Ideea e sa incerci sa te concentrezi pe o anumita nisa si sa incerci sa creezi cuvinte cheie bazate pe aceasta. In acest fel vei avea cuvinte cheie care sunt relevante si nu doar "de umplutura". Poate vei vrea sa verifici pe Google sa vezi ce cuvinte cheie sunt folosite cel mai des si care nu sunt folosite atat de mult.

Apoi trebuie sa creezi o lista de 5-10 cuvinte cheie bazate pe selectia ta. Pentru fiecare pagina cu continut trebuie sa alegi un anumit cuvant cheie. Acest cuvant sau expresie cheie va trebui folosit pe parcursul intregii pagini. Daca vei folosi cuvinte sau expresii cheie diferite pentru diverse pagini, asta iti va diversifica siteul si vei impiedica aglomerarea de cuvinte cheie, o practica foarte proasta in ceea ce priveste optimizarea. Aceasta te va ajuta de asemenea sa iti imbunatatesti pozitionarile in motoarele de cautare, pentru ca folosesti cuvinte cheie diferite.

E bine sa optimizezi fiecare pagina pentru un cuvant (sau mai multe cuvinte) diferit (diferite). Este mult mai important sa ocupi pozitii importante pentru cuvinte ca si "camere foto digitale Canon", "camere foto digitale Kodak" "camere foto digitale Nikon" etc in comparatie cu o pozitie greu de ajuns pentru un singur cuvant: "camere foto digitale".

Scrierea continutului

Cand vine vorba de a scrie continutul siteului si de folosirea cuvintelor cheie selectate, ai doua variante. Prima este sa angajezi pe cineva sa o faca. A doua este sa scrii chiar tu. Prima reprezinta o cale foarte usoara de a obtine continut pentru site deoarece te poti duce la orice site de freelanceri (gen: **http://www.freelanceromania.com**, **http://www.rentacoder.com**) si poti angaja un autor de text care se foloseste de o anumite densitate a cuvintelor cand compune un text la comanda Cea din urma varianta necesita mai mult timp, dar este o cale mai eficienta de a obtine un continut bun. In momentul in care scrii tu singur continutul, esti sigur ca acesta este pe masura standardelor tale si foloseste cuvintele cheie destul de des.

Daca alegi sa scrii tu insuti continutul, atunci vei vrea sa fii sigur ca ai o densitate a cuvintelor cheie potrivita pentru fiecare pagina. Dupa cum ai invatat in lectia 1, densitatea cuvintelor este numarul de cuvinte cheie impartit la numarul total de cuvinte al unui text. Daca folosesti de 5 ori cuvantul cheie in cele 500 de cuvinte ale unui text, atunci vei avea o densitate de 1% care este foarte mica. Vei vrea sa obtii o densitate a cuvintelor cheie cuprinsa intre 2% si 7 %. Pentru asta, tot ce e de facut este sa raspandesti cuvintele cheie in text intr-un mod cat mai natural. Asta e tot.

Lectia 3 : Recapitulare

In lectia 3 ai invatat practic tot ce este de stiut despre cuvintele cheie si poti aplica aceste tehnici fundamentale pentru optimizarea siteului tau.

Lectia 4 › Crearea titlului si a tagurilor META

OPTIMIZAREA PENTRU MOTOARELE DE CAUTARE reprezinta in acest moment o parte importanta a crearii de siteuri. Creatorii de siteuri web au realizat faptul ca optimizarea siteurilor pentru motoarele de cautare reprezinta un pas important in crearea unui site de succes. Bineinteles, optimizarea pentru motoarele de cautare nu este unul din cele mai simple subiecte de stapanit, de aceea este o idee foarte buna pentru posesorii de websiteuri, bloguri sau pagini personale sa treaca prin cateva lectii SEO pentru a se asigura ca folosesc in mod corect tehnicile respective. In lectia numarul 4 din setul celor 12 lectii privind optimizarea pentru motoarele de cautare, vei invata despre o tehnica simpla dar extrem de importanta a optimizarii pentru motoarele de cautare: crearea titlului si a tagurilor META.

Ce sunt tagurile META?

Tagurile META sunt in principiu taguri care descriu siteul tau spiderilor motoarelor de cautare. Tagurile META sunt responsabile pentru informarea spiderilor despre continutul siteului tau. Ce spun tagurile META poate determina ce fel de descriere va avea siteul tau in motoarele de cautare. Cu toate astea, aceste etichete nu mai au o atat de mare importanta in pozitionarea siteului (perceptia generala a subiectului este cea de mai sus, insa experienta persoanala infirma neimportanta data tagurilor META). Nu conteaza cat de multe cuvinte cheie folosesti in tagurile META; acestea nu iti vor obtine o pozitionare mai buna in motoarele de cautare.

Ce este titlul unui site?

Titlul unui site, pe de alta parte, reprezinta un factor luat in considerare pentru pozitionarea in motoarele de cautare. Daca te uiti in partea stanga sus a paginii, vei vedea numele unui site si, probabil, o scurta descriere a acestuia. Aceasta reprezinta titlul unui site. Un titlu se prezinta in general sub forma : "Numele siteului - scurta descriere a siteului". Titlul unui site este in special important pentru ca este primul lucru pe care persoanele si spiderii care iti viziteaza siteul il vor afla. De exemplu, cand o persoana vede siteul tau intr-un motor de cautare, titlul siteului reprezinta titlul care va aparea in lista motoarelor de cautare. De aceea este important ca atunci cand creezi titlul unui site sa fii sigur ca este atragator atat pentru oameni cat si pentru motoarele de cautare.

Folosirea unui cuvant cheie in titlu este o ideea buna, dar numai daca acesta se potriveste cu titlul siteului. Prin asta se intelege ca nu pare inserat artificial. Daca ai un site despre chitare , un titlu potrivit ar suna cam asa : "chitare.com – Totul despre chitarele electrice". Este un titlu relevant si include si un cuvant cheie foarte bun (chitare electrice). Un titlu nepotrivit ar fi "chitare.com – Totul despre chitare, piane si tobe. Cumpara ieftin vioare si primesti bonus o muzicuta " pentru ca ai folosit 2 cuvinte cheie care nu erau necesare (piane si tobe) si intreg titlul este o incercare de a condensa prea multe cuvinte cheie. Oricum, asigura-te ca titlurile prezinta un inteles pentru vizitatori si nu se folosesc cuvinte cheie in exces.

Robots META tags sunt destul de folositori in sensul ca ei spun spiderilor motoarelor de cautare ce sa faca cu siteul tau. Poti sa modifici aceste taguri pentru a se potrivi siteului tau si tehnicilor folosite pentru motoare de cautare sau poti sa folosesti setarile din fisierul robots.txt.

Care este codul HTML pentru titlul unei pagini?

Exista un singur tag pentru definirea titlului intr-un document HTML si acesta se afla in interiorul tagurilor <Title></Title>. Titlul apare de obicei chiar dedesubtul <Head>. Acesta este foarte usor de retinut si este un lucru elementar. Vei folosi titluri pentru fiecare pagina pe care o vei crea. Daca nu ai un titlu, nu numai ca vei avea un cod HTML incorect, dar vei avea si un site neindexat.

Lectia 4 Recapitulare:

In aceasta lectie ai invatat despre crearea titlurilor si a tagurilor META. Ai invatat aceste lucruri la un nivel destul de avansat asa ca ar trebui sa fii capabil sa aplici ce ai citit pentru siteurile tale. Succes!

Lectia 5 › Cum sa obtii linkuri catre siteul tau folosind inscrierea in directoare

PANA ACUM AI INVATAT DESTUL DE MULT DESPRE cum folosirea cuvintelor cheie te poate ajuta sa iti imbunatatesti pozitionarea in motoarele de cautare. Aceasta este insa doar o mica parte a puzzle-ului numit optimizarea pentru motoarele de cautare. O parte importanta este reprezentata de linkuri. Linkurile catre siteul tau joaca un rol major in pozitionarea in motoarele de cautare si de aceea trebuie luate in considerare de catre webmasteri/creeatori de siteuri.

O multime de webmasteri aleg sa schimbe linkuri cu alte siteuri pentru a obtine linkuri catre siteul lor. Aceasta poate sa fie o metoda destul de eficienta daca siteurile cu care se face schimbul sunt intr-un fel relevante pentru siteul tau, dar de obicei nu e la fel de eficient ca inscrierea in directoare sau obtinerea unui link direct fara legatura reciproca. In aceasta lectie vei invata de ce linkurile catre siteul tau sunt asa de folositoare, cum sa obtii mai multe linkuri catre siteul tau folosind inscrierea in directoare, care sunt beneficiile inscrierii in directoare si multe altele.

De ce am nevoie de linkuri catre siteul meu?

Deja stii despre spiderii/paianjenii motoarelor de cautare si cum acestia cauta pe siteurile vizitate anumite cuvinte cheie. Dar stiai ca ei cauta de asemenea si

linkuri? Este in totalitate adevarat. Cand un spider/paianjen al unui motor de cautare viziteaza un site, el cauta nu numai cuvinte cheie, ci si linkuri. Daca gaseste un link, el se duce apoi la siteul reprezentat de acel link. Dupa ce va vizita siteul acela se va duce mai departe si la siteurile linkurilor gasite acolo. De fiecare data se creeaza un raport care este trimis apoi la motoarele de cautare. Dupa cum stii, cu cat un paianjen/spider viziteaza mai des siteul tau cu atat vei obtine pozitionari mai bune in motoarele de cautare. Cu cat el gaseste mai multe linkuri catre siteul tau cu atat el va reveni mai des sa indexeze si va acorda o mai mare importanta si "greutate" continutului scris de tine.

Linkurile catre siteul tau reprezinta o parte esentiala a procesului de optimizare pentru motoarele de cautare pentru ca ele duc la o mai buna pozitionare in rezultatele generate de catre acestea, in acest mod crescandu-ti numarul de vizitatori al siteului. Daca ai o multime de siteuri care pun un link catre siteul tau, atunci spiderii/paianjenii motoarelor de cautare iti vor vizita siteul mai des decat daca nu ai fi avut aceste linkuri.

Cum sa obtii mai multe linkuri catre siteul tau folosind inscrierea in directoare?

Majoritatea proprietarilor de siteuri prefera sa adune linkuri folosind un schimb de linkuri cu alti webmasteri. Este o practica destul de veche si nu mai este atat de eficienta precum a fost odata. Si asta pentru ca foarte multi webmasteri/creatori de siteuri abuzeaza de aceasta practica. Ei vor linkuri catre siteul lor venind practic de la orice site. Asta este o practica proasta pentru ca paianjenii/spiderii motoarele de cautare au fost programati sa ignore linkurile aflate pe un site si care nu sunt relevante pentru continutul acestuia. De exemplu, daca un site despre piane trimite un link catre un site despre caini, linkul siteului despre caini va avea o greutate mai redusa acordata de catre

paianjen/spider. De aceea este foarte important sa obtii linkuri relevante si de calitate daca te decizi sa faci schimb de linkuri.

Obtinerea unor linkuri de calitate poate sa fie o provocare destul de dificila, de aceea cel mai bine este sa folosesti inscrierea in directoare. Inscrierea in directoare iti ofera posibilitatea sa obtii repede si usor linkuri relevante catre siteul tau. Aceste linkuri sunt urmarite de catre spiderii/ paianjenii motoarelor de cautare si nu sunt aproape niciodata ignorate. Tot ceea ce ai de facut este sa iti inscrii siteul in director si gata.

Website Submitter este cel mai usor de folosit soft semi-automatizat pentru inscrierea in directoare. Poti sa iti promovezi siteul rapid si sigur pentru a obtine rezultate reflectate in numarul de vizitatori primiti. Iti poti inscrie siteul in peste 4500 de directoare straine si 750 romanesti. Website Submitter face toata treaba pentru tine in mod semi-automat. Tot ce ai tu de facut este sa apesi un click de confirmare si in unele cazuri sa alegi categoria.

Avantajele inscrierii in directoare

Daca inscrierea in directoare se realizeaza treptat, pe o perioada de mai multe saptamani si se realizeaza in directoare de calitate, in categorii care sunt relevante pentru nisa in care activeaza siteul, atunci inscrierea in directoare va aduce linkuri de calitate catre siteul tau.

Siteul tau este listat impreuna cu alte siteuri relevante

Dupa cum am mai spus, spiderii/paianjenii au fost programati sa ignore linkurile catre siteurile nerelevante. Directoarele clasifica siteurile in anumite categorii, asa ca, daca spiderul/paianjenul motoarelor de cautare gaseste linkul

siteului tau intr-un director si in categoria corespunzatoare impreuna cu alte siteuri din aceeasi nisa, atunci el iti va vizita siteul prin acel link.

Este rapid

Poate sa fie frustrant si chiar enervant sa cauti siteuri relevante pentru siteul tau si sa le ceri sa trimita link catre siteul tau. Vei fi de asemenea nevoit sa le trimiti inapoi link de pe siteul tau. Este nevoie de o groaza de timp sa trimiti emailuri catre webmasteri/creatori de siteuri si sa ii rogi sa puna un link catre siteul tau. Este un timp pe care majoritatea webmasterilor/creatorilor de siteuri nu il au la dispozitie si lipsa acestuia se poate reflecta in neglijarea calitatii siteului. Inscrierea manuala intr-un director dureaza in general 2 minute. Semi-automatizat se poate realiza in 10 secunde.

Este eficient

Multe dintre cele mai bine optimizate siteuri pentru motoarele de cautare au majoritatea linkurilor catre siteul lor provenind din directoare. Urmatorul pas in optimizare a fost construirea campaniei de "link-building" cu alte siteuri din aceasi nisa. Inscrierea in directoare poate sa aduca, si de obicei o face, un aflux de vizitatori si o mai buna pozitionare in motoarele de cautare.

Directoare in care sa iti inscrii siteurile

Sunt o multime de directoare pe net, dar nu toate sunt potrivite pentru a-ti inscrie siteul in ele. Cele mai bune directoare pentru inscrierea de siteuri sunt DMOZ, Yahoo! Directory, Joe Ant, Jayde si Zeal. Poti gasi mai multe directoare clasificate in functie de Google Page Rank-ul lor folosind Website Submitter - **http://www.submitsuite.ro/produse/website-submitter.htm** . Cele peste

4500 de directoare straine si 750 romanesti aflate in Website Submitter vor fi indeajuns pentru a-ti mari numarul de linkuri catre siteul tau.

Lectia 6 › Cum sa obtii linkuri catre siteul tau folosind publicarea de articole

IN LECTIA 5: CUM SA OBTII LINKURI CATRE SITEUL TAU folosind inscrierea in directoare, am vorbit despre obtinerea mai multor linkuri catre siteul tau folosind metoda inscrierii in directoarele web a domeniului tau impreuna cu o descriere relevanta. Aceasta este una din tehnicile comune ale optimizarii pentru motoarele de cautare si cei mai multi dintre expertii SEO o folosesc foarte des.

Cu toate astea, exista inca o alta metoda de a obtine linkuri catre siteul tau care este, cel putin in momentul de fata, mai putin folosita. Aceasta metoda foloseste publicarea de articole. Este extrem de eficienta si poate sa iti imbunatateasca pozitionarea in motoarele de cautare extrem de rapid. Probabil nu intelegi prea bine cum functioneaza, dar nu trebuie sa te ingrijorezi avand in vedere ca nu este o metoda de optimizare atat de raspandita precum ar trebui sa fie. Te vom invata despre asta in aceasta lectie.

Ce este publicarea de articole?

Publicarea de articole inseamna scrierea unui articol si inscrierea lui intr-un director de articole. Aceste directoare fie publica articolul, fie il trimit mai departe catre diferite siteuri care il afiseaza la randul lor in reteaua asociata. Oamenii, ca si spiderii motoarelor de cautare, pot citi apoi articolul si accesa linkurile continute in el.

Publicarea de articole = obtinerea de linkuri?

Poate te gandesti " despre ce vorbeste tipul asta? Care este legatura intre publicarea de articole si obtinerea de linkuri relevante catre siteul tau?" Vei afla destul de curand despre ce vorbesc si de ce aceasta reprezinta o metoda atat de importanta pentru obtinerea linkurilor catre siteul tau.

Am mentionat in sectiunea precedenta linkurile continute in articole. Aceasta este legatura intre obtinerea de linkuri catre siteul tau si publicarea de articole. Scopul principal al publicarii de articole in vederea optimizarii pentru motoarele de cautare este, pe langa obtinerea linkurilor necesare pentru a-ti imbunatati pozitia in motoarele de cautare, si publicarea unui continut relevant si interesant pentru posibilii citiori. Acesta este motivul pentru care articolele sunt publicate.

OK....dar cum functioneaza publicarea?

Exista un proces pentru publicarea de articole in scopul optimizarii pentru motoarele de cautare. Este mai bine sa urmaresti acest proces ca sa te asiguri ca obtii maximum de avantaje pentru siteul tau. Procesul este prezentat pas cu pas mai jos.

Pasul # 1: Care este subiectul siteul tau?

Probabil ca stii deja ca spiderii/paianjenii motoarelor de cautare au fost programati sa ignore continutul si cuvintele cheie irelevante. Asta se aplica nu numai in cazul continutului siteului tau ci si continutului siteului care trimite un link catre siteul tau. Nu vei vrea ca oamenii sa citeasca un articol care nu are

nimic in comun cu subiectul siteului tau.

Inainte sa scrii articolul ar trebui sa stabilesti care este subiectul siteului tau. Dupa ce te-ai decis, poti sa treci la pasul urmator.

Pasul # 2: Titlul articolului

Acum, ca stii care este subiectul siteului tau, poti sa incepi procesul propriu-zis al crearii de articole. Daca subiectul siteului tau este muzica rock, atunci poti scrie articole despre istoria muzicii rock, influente in muzica rock, cei mai buni 10 cantareti de muzica rock din toate timpurile, etc. Ideea e sa alegi subiecte relevante pentru siteul tau.

Pasul # 3: Cuvinte cheie

Pentru fiecare subiect ar trebui sa alegi unul sau doua cuvinte cheie. Acestea ar trebui sa fie folosite in articol destul de mult pentru a face a avea un efect. O densitate a cuvintelor cheie intre 2% si 7% ar fi ideala. S-ar putea sa nu fi crezut ca folosirea cuvintelor cheie intr-un articol scris pentru a aduce vizitatori siteului tau este importanta, dar de fapt este. Asta pentru ca vrei ca persoanele (si spiderii/paianjenii) sa iti citeasca articolul si cu cat sunt mai multe cuvinte cheie in articol, cu atat cresc sansele sa fie citit.

Pasul #4: Cine urmeaza sa scrie articolul?

Daca ai un buget restrans, s-ar putea sa te decizi sa iti scrii articolul tu insuti. Cu toate astea, multi webmasteri/creatori de siteuri aleg sa angajeze pe altcineva pentru aceasta slujba. S-ar putea sa te decizi pentru scrierea de articole precum si

a unor servicii de publicare. Nu conteaza ce alegi, dar asigura-te ca toti pasii sunt indepliniti.

Pasul #5: Scrierea articolului

Acum este timpul sa te apuci de scrierea articolului. Cand o faci, asigura-te ca este usor de citit, informativ si contine cantitatea potrivita de cuvinte cheie. De asemenea, incearca sa incluzi linkuri catre siteul tau cat de des e posibil. Nu abuza de ele totusi, pentru ca aceasta va distrage cititorii – si spiderii/paianjenii- de la scopul principal al articolului. Un numar de pana la 2 linkuri este suficient si ele trebuie de obicei sa apara in partea rezervata descrierii autorului si nu in textul articolului.

Pasul #6: Publicarea articolului

Este timpul sa iti publici articolul in directoarele de articole. O varianta foarte populara este **http://www.ezinearticles.com** dar sunt multe alte directoare de articole de unde poti alege.

Article Submitter - **http://www.submitsuite.ro/produse/article-submitter.htm** iti poate publica articolul in peste 650 de directoare de articole rapid si eficient. Obtii o plasare precisa a articolelor in cele mai populare directoare folosind un instrument de inscriere semi-automatizat, care iti va oferi posibilitatea sa te concentrezi asupra scrierii continutului propriu-zis si nu asupra publicarii lui.

Lectia 7 › Fa-ti cunoscut softul folosind publicarea de software

O DATA CU APARITIA INTERNETULUI, VANZARILE DE software online au devenit o afacere destul de mare. Companiile au inceput sa isi faca cunoscute produsele online si sa le vanda clientilor interesati. Cu toate astea, deoarece majoritatea persoanelor vor sa incerce produsul inainte de a-l cumpara, companiile au inceput sa ofere versiuni de evaluare sau de testare a produselor lor pe siteuri de download gratuite, un astfel de site este de exemplu **http://www.downbroad.com** , ofera mii de programe pentru a fi descarcate. Daca ti-ai creat propriul tau soft si vrei sa afle lumea despre el, vei vrea sa citesti aceasta lectie despre cum sa iti faci softul cunoscut folosind publicarea de software.

Un produs extraordinar

Tocmai ai creat un program extraordinar si stii ca oamenii l-ar cumpara daca ar afla de existenta lui. Problema este ca ei nu stiu de existenta lui. Produsul tau se afla in aceeasi situatie ca milioane de alte programe, pe milioane de alte siteuri. Cu toate astea, tu incerci sa il vinzi si observi ca vanzarile nu sunt tocmai grozave – asta in caz ca exista unele vanzari. Unii ar zice ca asta se datoreaza faptului ca produsul in sine nu este bun, dar asta e departe de adevar (sau nu). In cele mai multe din cazuri problema apare datorita faptului ca programul nu este bine promovat.

Publicarea de software: tehnica esentiala in promovarea unui produs

Daca te uiti la televizor, probabil ca ai vazut o multime de reclame pentru o multime de produse diferite. Televizorul este o forma de publicitate extrem de populara, pentru ca in acest mod produsele prezentate ajung sa fie cunoscute de catre un public cat mai larg. Daca stai sa te gandesti, internetul functioneaza in acelasi mod. Deoarece sunt, in adevaratul sens al cuvantului, sute de milioane de oameni care acceseaza internetul zilnic, companiile au inceput sa isi faca reclama la produse online. Aceasta este facuta sub forma publicitatilor pe siteuri extrem de populare precum Yahoo sau folosind Google Adwords sau alt tip de reclama PPC sau CPC.

Publicarea de softuri este exact ca o reclama, numai ca este facuta intr-un mod diferit. In loc sa platesti pentru un spatiu publicitar, ai optiunea de a folosi siteurile de download pentru a-ti face cunoscut produsul vizitatorilor. De fiecare data cand un vizitator se duce la un site de download si cauta un cuvant cheie relevant pentru softul tau, vor vedea software-ul tau pe pagina si il vor downloada.

Care sunt avantajele publicarii de softuri ?

Sunt o multime de beneficii de care vei avea parte in momentul in care iti vei publica softul tau pe siteurile de downloaduri. Primul este ca produsul tau este expus unui public larg. Oricine viziteaza siteul, (si sunt o multime de oameni care sunt in cautare de aplicatii gratuite) va avea probabil sansa sa iti vada produsul. Daca este un produs pe care ei il gasesc folositor, potentialii utilizatori vor fi tentati sa il descarce. Daca sunt multumiti de versiunea de testare, vor lua

in considerare sa acceseze siteul tau si sa cumpere versiunea intreaga. De aceea poti considera siteurile de download ca find o modalitate de a aduna posibili clienti si genera vanzari.

Un alt avantaj ar fi ca poti avea acces la oameni care altfel nu ar fi auzit de produsul tau. Internetul este destul de vast si poate sa fie greu sa iti faci produsul remarcat alaturi de multe alte produse. Softurile publicate in siteurile de download vor fi grupate in categorii pentru a facilita accesul vizitatorilor la produse si a citi despre optiunile pe care acestea le ofera utilizatorilor.

Care sunt dezavantajele publicarii de softuri?

Ca si cu oricare alt lucru, exista anumite dezavantaje in publicarea de software. Daca, de exemplu, oferi o versiune test care poate fi foarte usor piratata, atunci oamenii vor descarca versiunea test de pe siteul de download si o vor pirata mai degraba, in loc sa o cumpere. De aceea este foarte important sa te asiguri ca versiunile test sunt practic imposibil de piratat.

De asemenea , daca alegi sa opresti distribuirea versiunilor test, s-ar putea sa nu fi in stare sa opresti raspandirea acestora pe siteurile de download. Dureaza cateva saptamani, daca nu luni, pentru un site de download sa adauge sau sa scoata programe.

Cum imi pot publica softul?

Daca te duci pe diferite siteuri de download , vei observa ca majoritatea , daca nu toate, ofera posibilitatea adaugarii manuale de noi programe. Aceste programe sunt apoi verificate de personalul siteului pentru a se asigura ca nu contin virusi sau spyware. Procesul poate dura saptamani intregi, asa ca multi

aleg ca alternativa un serviciu de publicare. Un astfel de serviciu foarte popular este **http://www.download.com** .Vei avea astfel programul listat pe CNET.com si Download.com precum si pe alte siteuri afiliate. Este o cale foarte rapida de a-ti face siteul cunoscut, de aceea ar trebui luata in considerare.

Lectia 7 : Recapitulare

Publicarea de software reprezinta o metoda extrem de eficienta de a convinge mai multe persoane sa incerce si sa cumpere produsele tale. In aceasta lectie ai invatat de ce este avantajos si cum sa iti publici propriile softuri.

Lectia 8 ›
Cum sa fii indexat de Google in 24 de ore

AI CREAT UN SITE IN URMA CU MAI MULT DE O luna si te-ai fi asteptat ca Google sa il indexeze destul de rapid. Cu toate astea, spre dezamagirea ta, siteul nu a fost inca indexat. Cand scrii numele siteului tau in motorul de cautare Google, nu apare nimic. Asta este chiar frustrant pentru ca inseamna ca siteul tau nu poate fi gasit de catre utilizatorii de internet. Siteul tau, in esenta, lipseste. Ce ar fi daca, cu toate acestea, ti-ai putea avea siteul indexat in Google nu in cateva saptamani, nu in cateva zile, ci in 24 ore? Pare greu de crezut? S-ar putea sa li se para unora, dar pentru altii este ceva normal, care se intampla in mod regulat.

Ce pot sa fac ca sa fiu indexat mai repede?

O multime de oameni sugereaza sa iti inscrii siteul in Google folosind formularul de adaugare link. Din pacate, asta nu da niciodata rezultate bune. Deci ai putea la fel de bine sa uiti de inscrierea linkului in formularul Google, pentru ca nu te va ajuta deloc! Ce poti, atunci , sa faci pentru a fi indexat repede de Google? Sunt de fapt cateva lucruri pe care ai putea sa le incerci, fiecare fiind destul de eficient si care te pot ajuta sa ai siteul indexat in mai putin de 24 ore. Incearca-le pe toate si o sa observi ce efecte pozitive vor avea.

Metoda #1: Un link pe un alt site existent

In unele din lectiile noatre am mentionat ca linkurile catre siteul tau sunt extrem de importante pentru a fi listat in Google. Ele maresc probabilitatea ca un paianjen/spider sa iti viziteze siteul, acest lucru ducand la listarea si pozitionarea siteului in motoarele de cautare. Daca esti de abia la inceput, poate sa fie extrem de dificil sa obtii asemenea linkuri pentru ca siteul tau este inca necunoscut. De aceea, trebuie sa incerci alte modalitati pentru a face asta.

Una din cele mai usoare cai este sa te inscrii intr-un forum al unui site cunoscut si sa incepi sa postezi. Nu trebuie sa faci o multime de posturi, doar cateva posturi de calitate si relevante vor fi de ajuns. Pune un link catre siteul tau in semnatura. Paianjenii/Spiderii motoarelor de cautare il vor observa imediat.

O alta cale usoara de a face asta este sa te duci la un blog cunoscut si sa postezi un comentariu. Aici trebuie sa ai grija ca sa nu iti faci comentariul sa para ca e spam. Scrie un comentariu inteligent si semneaza-te ceva in genul :"www.siteulmeu.com". Astfel, proprietarii blogurilor vor sti ca nu esti doar un program automatizat ci o persoana normala careia ii pasa de subiectul blogului. Atat timp cat esti condus de ideea ca vrei sa comentezi subiectul si vrei sa te implici in discutie cu ceva relevant, postarea in comentariile blogurilor este normala. In momentul in care singurul tau scop este sa obtii un link, atunci metoda aceasta nu este de abordat.

Metoda #2: Creeaza un blog extern

Blogurile sunt extrem de apreciate de Google. Atat de mult incat, sunt foarte repede indexate. Un post intr-un blog poate sa fie indexat de google in mai putin de 24 de ore. Te poti duce la oricare site gratuit ca **https://www.blogger.com** si sa creezi un blog acolo. Poti apoi scrie cateva

posturi si sa lasi un link catre siteul tau in ele. Cu putin noroc, siteul tau va fi indexat de motorul de cautare Google destul de repede.

Metoda #3: Adauga un blog siteului tau

Adaugarea unui blog siteului tau poate sa fie o metoda mult mai eficienta decat crearea unui blog extern sau chiar postarea de mesaje in forumuri. Exista softuri gratuite precum Wordpress care iti ofera posibilitatea sa adaugi un blog siteului tau repede si usor. Poti adauga apoi cateva posturi de calitate (nu uita sa incluzi si anumite cuvinte cheie). Deoarece Google iubeste blogurile si le indexeaza extrem de repede, te poti astepta ca blogul tau sa fie bagat in seama si, implicit, si siteul tau , foarte repede. Aceasta este cea mai eficienta metoda de a fi indexat repede, deci nu o ignora.

De ce functioneaza aceste metode?

Avand un continut actualizat zilnic, cu un flux RSS pus la dispozitia spiderilor, indexarea paginilor se va face mai des numarul paginilor pe care se poate ajunge va creste. Linkurile, precum stii, imbunatatesc practic intotdeauna pozitionarea in motoarele de cautare pentru ca sunt mai multe sanse ca spiderii/paianjenii sa iti viziteze siteul. Asa ca nu ignora aceste linkuri si rolul lor in indexarea mai rapida a siteului tau.

Prin a treia metoda beneficiezi de faptul ca Google indexeaza blogurile mai repede decat siteurile normale. Prin adaugarea unui blog siteului tau, iti deschizi siteul pentru a fi indexat de Google mai repede decat o fac ei in mod normal. Asta este probabil cea mai importanta metoda, asa ca asigura-te ca o vei folosi corect.

Lectia 9 › Imbunatatirea Google Page Rank-ului si obtinerea mai multor vizitatori

INTR-O LECTIE PRECEDENTA AI INVATAT DESPRE Google Page Rank. Acum ca stii ce este, probabil ti-ar placea sa stii cum il poti imbunatati. Siteul tau are un page rank extrem de scazut si gasesti lucrul acesta de neconceput, asa ca vrei sa faci ceva pentru a-l imbunatati. O multime de oameni au inceput sa promoveze programe si servicii pe care le poti folosi pentru a-ti imbunatati page rankul.

Am ales sa combin in aceasta lectie doua teme care, relativ, nu au in comun multe: Google Page Rank si obtinerea unui trafic crescut. Alegerea mea este facuta pentru a forta combinarea metodelor pentru a obtine nu numai un Page Rank crescut dar si un numar mai mare de vizitatori.

Ceea ce iti va mari Google Page Rank este aplicarea tehnicilor prezentate mai jos. Metodele ce urmeaza reprezinta modalitati garantate de a–ti imbunatati page rankul si sunt complet gratuite. De ce sa platesti bani pentru a-ti imbunatati Page Rankul cand noi te invatam cum sa o faci gratuit?

Imbunatatirea Page Rank-ului

Dupa cum am mai spus, sunt cateva tehnici pentru a-ti mari Google Page Rankul. Chiar daca folosesti numai una din urmatoarele tehnici, te poti astepta sa observi o diferenta in sens pozitiv in ceea ce priveste page rankul siteului tau.

Tehnica #1: Continutul

In ciuda faptului ca expertii in optimizarea pentru motoarele de cautare vorbesc in mod constant de importanta continutului, multi webmasteri/creeatori de siteuri ignora aceste sfaturi de a se asigura ca siteurile lor au continut de calitate. Acest continut trebuie sa fie intotdeauna relevant pentru subiectul siteului tau. Nu trebuie sa fie nici prea mult (mai mult de 2500 de cuvinte pe pagina), nici prea putin, trebuie sa fie informativ si sa contina un numar potrivit de cuvinte cheie (o densitate intre 2% si 5 %). In momentul in care continutul siteului tau indeplineste aceste conditii, esti in postura favorabila de a avea un continut informativ si relevant pentru anumite cuvinte cheie cautate.

Tehnica #2 : Linkurile catre siteul tau

Factorul determinant in stabilirea page rankului Google sunt linkurile catre siteul tau. Acestea sunt linkuri aflate pe alte siteuri si care trimit catre siteul tau "greutate". Ceea ce ii spun aceste linkuri lui Google este ca siteul tau are un continut bun, altfel alte siteuri nu ar trimite linkuri catre el. Acum s-ar putea sa crezi ca tot ceea ce conteaza sunt linkurile catre siteul tau, nu? Nu chiar. Google a devenit foarte avansat si precis in ceea ce priveste page rankul, asa ca ei pot diferentia linkurile proaste (linkurile provenind de la fermele de linkuri sau de pe alte siteuri irelevante) de cele bune (linkuri in articole, linkuri in siteuri relevante etc.). Cea mai eficienta metoda pentru a-ti imbunatati page rankul este sa aduni linkuri de calitate catre siteul tau intr-un mod cat mai natural si care motorului de cautare sa ii fie transparent. Urmatoarele 2 tehnici se vor ocupa de asta.

Tehnica #3: Forumuri si Bloguri

Google este cunoscut pentru rapiditatea cu care indexeaza forumurile si blogurile. Cea mai rapida cale pentru a obtine un link este pur si simplu sa postezi un link catre siteul tau intr-un blog sau forum. Cele mai multe forumuri considera trimiterea unui link catre un site din afara ca fiind spam, asa ca trebuie sa te asiguri ca faci asta intr-un mod potrivit. Incearca sa te inscrii in forumuri cu subiect apropiat cu cel al siteului tau si pune un link catre siteul tau in semnatura, daca ai voie. De asemenea incearca sa plasezi un link catre siteul tau si in profil. Dupa ceea posteaza intre 1 si 10 mesaje. Posturile tale trebuie sa contribuie cumva la continutul forumului pentru a nu fi editate sau, si mai grav, sterse.

In ceea ce priveste folosirea blogurilor pentru a obtine mai multe linkuri , poti crea propriul tau blog si sa pui un link catre siteul tau in el. Poti incerca de asemenea sa comentezi pe alte bloguri relevante si sa incluzi un link in aceste comentarii. Din nou trebuie sa fii atent cum faci asta- nu vei vrea sa faci comentarii care promoveaza in mod direct siteul tau. In jurul blogului tau se va forma in curand o mica retea sociala creata din tine si cititorii tai si, daca subiectele tratate de tine sunt interesante, posturile tale din blog vor fi preluate in bloguri similare.

Tehnica #4 : Articolele

O metoda care a inceput sa castige in popularitate pentru a obtine un Google Page Rank mai bun este sa scrii articole in care incluzi un link catre siteul tau. Aceste articole sunt bazate pe subiectul siteului tau. De exemplu, daca ai un site despre fotografii, vei fi tentat sa scrii despre „fotografiile digitale". La sfarsitul articolului vei vrea sa incluzi ceva de genul : "Marius Mailat este un fotograf amantor a carui lucrari se pot vedea la **http://www.worldphotoblog.com** ". Linkurile provenind din articole sunt foarte eficiente pentru ca sunt considerate

extrem de credibile de catre Google. Un lucru de care trebuie sa tii cont este sa nu le mentionezi prea des. O data sau de doua ori pe articol este indeajuns.

Lectia 9 Recapitulare

Nu trebuie neaparat sa cheltuiesti bani pentru a-ti imbunatati Google Page Rankul. Tot ceea ce ai de facut este sa aplici cateva dintre tehnicile pe care le-am explicat aici si esti sigur pe calea cea buna pentru obtinerea unui Google Page Rank mai bun.

Lectia 10 › Greseli frecvente facute de webmasteri

WEBMASTERII CARE CAUTA SA ISI MAREASCA numarul de vizitatori pe site folosesc optimizarea pentru motoarele de cautare. Ei cred ca daca isi optimizeaza siteul pentru motoarele de cautare isi vor imbunatati pozitionarea in motoarele de cautare si, implicit, traficul. Acest mod de gandire este corect dar realitatea este ca cei mai multi webmasteri care cred ca stiu optimizare pentru motoarele de cautare, habar nu au despre asta. Nestiind sa isi optimizeze siteurile, aceastia afecteaza in mod negativ performanta siteurilor. Optimizand prost pentru motoarele de cautare este la fel de rau ca si cum nu ai fi optimizat deloc. Ca un cunoscator al optimizarii pentru motoarele de cautare, asta este un lucru pe care nu vrei sa il experimentezi. Pentru a evita asta, trebuie sa cunosti greselile pe care webmasterii le fac cel mai des. Iti vom spune despre acestea in aceasta lectie.

Greseala # 1: Navigare proasta

In speranta de a atrage spiderii motoarelor de cautare, multi webmasteri neglijeaza cea mai simpla si probabil cea mai importanta parte a unui site: designul. Webmasterii uita sa isi aduca aminte ca nu numai spiderii/paianjenii motoarelor de cautare se vor afla pe acest site, ci si fiinte umane. Aceste persoane nu vor sa intre pe un site care are un design prost si o navigare oribila. Webmasterii nu ar trebui niciodata sa uite de vizitatori si de ce le place acestora

sa vada. Daca fac asta, vor sfarsi prin a face o impresie proasta si isi vor pierde potentialii vizitatori.

Greseala #2: Prea multe cuvinte cheie

Cand optimizarea pentru motoarele de cautare a inceput sa capete contur, unii webmasteri au incercat sa obtina anumite avantaje asupra altora. O astfel de tactica extrem de populara era folosirea in exces a cuvintelor cheie. Daca nu stii deja, folosirea in exces a cuvintelor cheie inseamna plasarea unui numar mare de cuvinte cheie in continut pentru a atrage mai multi paianjeni/spideri ai motoarelor de cautare si pentru a mari traficul.

Cu toate astea, motoarele de cautare au detectat aceasta tehnica malefica, si au inceput sa programeze paianjenii sa ignore siteurile care au un numar mai mare de cuvinte cheie decat e normal. In zilele noatre, siteurile sunt ignorate pentru ca au prea multe cuvinte cheie insiruite. Sa nu faci aceeasi greseala – mergi pe o densitate a cuvintelor de 2-5 % si totul o sa fie perfect.

Greseala #3: Cuvinte cheie insuficiente

In timp ce anumite persoane isi aglomereaza paginile cu cuvinte cheie, altele nu folosesc destule cuvinte cheie. Sa nu crezi ca folosind un cuvant cheie de 5 ori intr-un text de 1000 de cuvinte este destul. Nu este. Cu greu face vreo diferenta in ceea ce priveste optimizarea pentru motoarele de cautare si nu va face prea multe pentru a-ti aduce spiderii/paianjenii pe pagina ta. De aceea trebuie sa fii sigur ca folosesti destule cuvinte cheie pe pagina. Dupa cum am mai spus, o densitate de 2-7% este suficienta.

Greseala #4: Titluri incorecte

Dupa cum probabil stii, titlul unei pagini este primul lucru pe care vizitatorii -si spiderii/painajenii - il vad in momentul in care vin pe siteul tau. Este conceput pentru a descrie subiectul siteului tau. Cand un titlu inceteaza sa mai fie o descriere precisa a unui site, se considera ca e un titlu incorect. Un titlu corect ar fi ceva in genul “Numele siteului.com – informatii despre nisa”. Un titlu prost arata cam asa “cuvant cheie, cuvant cheie, cuvant cheie”.

Greseala #5 : Acelasi titlu pentru pagini diferite

Aceasta este o greseala foarte frecventa printre webmasterii care vor sa creeze un site omogen. Avand acelasi titlu pentru fiecare pagina a siteului e prost din punctul de vedere al optimizarii pentru motoarele de cautare, pentru ca face ca siteul sa para neoriginal si nu descrie exact continutul fiecarei pagini. Cand creezi titluri pentru siteul tau, asigura-te ca sunt diferite pentru fiecare pagina.

Greseala #6 : Continut prost

Multi webmasteri sunt atat de preocupati de numele titlurilor si de folosirea cuvintelor cheie ca uita de continutul actual al siteului. Continutul siteului este o parte importanta a procesului de optimizare pentru motoarele de cautare. Un continut plin de greseli gramaticale sau de scriere poate afecta in mod serios sansele unui site de a se pozitiona bine in motoarele de cautare. Trebuie sa tii minte ca nu numai spiderii/paianjenii motoarelor de cautare, ci si fiinte umane iti vor accesa siteul asa ca ar trebui sa fii sigur ca acestia pot macar intelege continutul.

Greseala #7 :Text Ascuns

Textul ascuns este in esenta similar cu folosirea cuvintelor cheie in exces si inseamna de fapt introducerea mai multor cuvinte cheie pe o pagina, insa ele sunt invizibile pentru oricine altcineva. Numai paianjenii/spiderii pot sa le vada si speranta e ca acestea vor capta mai multa atentie din partea spiderului motoarelor de cautare. Cu toate astea, aceasta nu mai functioneaza pentru ca spiderii/paianjenii motoarelor de cautare au devenit mai avansati. Ei vor ignora siteurile care folosesc text ascuns sau cuvinte cheie in exces si in cazuri mai drastice il vor penaliza.

Lectia 10 Recapitulare

In aceasta lectie ai invatat despre cele mai frecvente greseli pe care webmasterii le fac privind optimizarea pentru motoarele de cautare. Speram ca afland de existenta acestora, vei putea evita greselile pe care ei le-au facut. In situatii extreme, un site poate sa fie penalizat si sa ajunga in “Google Sandbox”. Sandbox este un filtru aplicat de catre Google siteurilor noi pentru a le impiedica sa ajunga bine pozitionate pentru cuvinte importante.

Lectia 11 › Tehnici SEO ilegale si riscurile asociate

OPTIMIZAREA PENTRU MOTOARELE DE CAUTARE A devenit unul din cei mai importanti factori in construirea unui site. Cei mai multi webmasteri au facut tot ceea ce a fost posibil pentru a se asigura ca siteurile lor sunt bine optimizate pentru motoarele de cautare. Majoritatea au facut asta in modul potrivit: au creat continut optimizat pentru motoarele de cautare, au folosit titluri corecte, si-au inscris siteurile in directoare etc.

Cu toate astea, nu toti webmasterii care vor ca siteul lor sa fie observat de spiderii motoarelor de cautare joaca dupa aceste reguli. Unii au incercat sa obtina optimizarea pentru motoarele de cautare intr-un mod incorect, impotriva regulilor acceptate. Acestia au incercat sa foloseasca tehnici ilegale de optimizare pentru motoarele de cautare numite si “black hat”.

Tehnici ilegale pentru optimizare: care sunt acestea

Aproape intotdeauna exista atat o cale corecta pentru a obtine succes cat si una gresita. Calea gresita este de obicei metoda ilegala. In optimizarea pentru motoarele de cautare lucrurile nu stau diferit, pentru ca si aici exista tehnici ilegale. Daca chiar iti doresti sa iti optimizezi siteul, vei vrea sa eviti aceste tehnici daunatoare si ineficiente. Cea mai usoara metoda de a evita ceva este sa stii intai ce este, asa ca te vom pune la curent cu tehnicile respective in aceasta lectie.

Tehnica # 1: Folosirea prea multor cuvinte cheie

Cu ceva timp in urma, spiderii/paianjenii motoarelor de cautare nu erau programati atat de bine. Lor le pasa numai de numarul de cuvinte cheie dintr-un site si nu de continutul propriu-zis. De aceea, aveau tendinta sa viziteste siteurile cu cel mai mare numar de cuvinte cheie. Webmasterii si-au dat seama de asta si au inceput sa isi aglomereze siteurile cu cuvinte cheie in speranta ca vor atrage spiderii/paianjenii motoarelor de cautare. Pentru mult timp, aceasta tehnica a functionat. Cu toate acestea, odata cu trecerea timpului, spiderii au inceput sa fie programati din ce in ce mai bine. Acum lor nu le mai pasa de siteuri cu o multime de cuvinte cheie. De fapt, cele cu prea multe cuvinte cheie sunt chiar ignorate. Unii webmasteri au o parere gresita cum ca folosirea multor cuvinte cheie este eficienta. In realitate este doar o tehnica ilegala pe care ar trebui sa o eviti in totalitate. Nu poate face decat rau unui site.

Tehnica #2: Textul invizibil

Idea folosirii textului invizibil pe o pagina e in stransa legatura cu modul de gandire al tehnicii numarul 1 si anume ca folosirea multor cuvinte cheie pe o pagina te va ajuta sa obtii mai multe vizite de la paianjenii/spiderii motoarelor de cautare. Textul invizibil este tehnica de a plasa cuvinte cheie intr-o pagina, dar acestea sa fie invizibile pentru vizitatori. Cu alte cuvinte, creezi mai multe cuvinte cheie folosind o culoare identica cu cea a backgroundului/fundalului pentru ca acestea sa fie vizibile numai pentru spiderii/paianjenii motoarelor de cautare. Era o metoda destul de eficienta pentru a pacali spiderii/paianjenii in trecut, dar nu mai este si in prezent. Webmasterilor le este recomandat sa evite aceasta tehnica.

Tehnica #3: Cuvinte Cheie incorecte

Un webmaster are un site al carui subiect nu este extrem de popular. El nu crede ca folosind cuvinte cheie relevante pentru continutul siteului ii va aduce vizite din partea spiderilor/paianjenilor motoarelor de cautare, asa ca se decide sa foloseasca altele, mai putin relevante, dar mai populare. Excelenta tehnica, nu-i asa? Cu siguranta nu. Site-uri romanesti precum smartnews.ro sau clubdeafaceri.ro au folosit astfel de tehnici si au fost penalizate.

Spiderii/paianjenii motoarelor de cautare, dupa cum am mai spus, sunt extrem de inteligenti acum. Ei stiu care sunt cuvintele cheie relevante cand le observa. Folosirea unor cuvinte cheie incorecte este una din marile greseli ale optimizarii pentru motoarele de cautare pe care le fac webmasterii. Ca si primele doua tehnici ilegale, aceasta e extrem de daunatoare.

Tehnica #4: Paginile de intrare/doorway

Paginile de intrare sunt in esenta pagini vazute numai de spideri/paianjeni. Ele contin cateva seturi de cuvinte sau fraze cheie si nu sunt niciodata vazute de vizitatorii obisnuiti. Scopul unei pagini de intrare este sa pacaleasca spiderii pentru a indexa siteul respectiv in motoarele de cautare.

Sunt deja celebre cazurile paginlor de intrare/doorway facute de "firma de optimizare web" Netbooster pentru **http://www.ricoh.de** si **http://www.bmw.de** care au dus la stergerea completa a paginilor indexate in Google. Sunt acum din nou acceptate (dupa curatirea de rigoare) probabil din cauza numelui mare Ricoh si BMW.

Un astfel de comportament poate fi sesizat motoarelor de cautare Googlemi la **http://www.google.com/contact/spamreport.html** si Yahoo la adresa **http://help.yahoo.com/l/us/yahoo/search/spam_abuse.html** .

Tehnica #5 : Folosirea unui titlu prea lung

Ai fost vreodata pe un site a carui titlu era ceva in genul : “bebelusi.com – suzete pentru bebelusi, sticle pentru bebelusi, haine pentru bebelusi, pantofi pentru bebelusi” si te-ai intrebat de ce are un asemenea titlu? Titlul nu a fost folosit in realitate pentru a descrie siteul, ci pentru ca aceste patru expresii cheie sunt extrem de populare, de aceea webmasterul s-a gandit sa le foloseasca in titlu. Ideea unui titlu prea lung apare destul de des in optimizarea pentru motoarele de cautare si da nastere la critici acide. Titlul este, bineinteles, primul lucru pe care un spider -si un vizitator - il vede. Anumiti webmasteri cred ca o metoda eficienta pentru a aduce mai multi spideri/paianjeni la siteul lor este sa foloseasca o multime de cuvinte sau expresii cheie in titlu. Cu toate astea, nu este o tehnica buna si alunga imediat spiderii/paianjenii motoarelor de cautare.

Lectia 11 : Recapitulare

Dupa cum ai invatat in lectia de azi, ar trebui cu siguranta sa eviti folosirea urmatoarelor tehnici:

1. Prea multe cuvinte cheie
2. Textul invizibil
3. Cuvinte cheie incorecte
4. Pagini de intrare/doorway
5. Titlul prea lung si facut doar prin alaturarea de cuvinte cheie

Daca folosesti si numai una din aceste tehnici s-ar putea ca siteul tau sa fie exclus din index si nu fie niciodata indexat de spiderii motoarelor de cautare.

Lectia 12 › Raportul de optimizare/SEO, o masura a succesului optimizarii/SEO

AU TRECUT CATEVA LUNI DE CAND AI ANGAJAT PE cineva sa iti optimizeze siteul pentru motoarele de cautare. Sau poate, in cele din urma , ai facut-o tu insuti. Indiferent cine este responsabil pentru optimizarea pentru motoarele de cautare a siteului tau, ai vrea sa stii daca a adus vreun beneficiu siteului tau. Ti-a imbunatatit pozitita in motoarele de cautare? Primesti mai multi vizitatori? Strategiile pentru optimizare pe care le-ai folosit pentru siteul tau au functionat de fapt? Sau au fost doar o pierdere de timp? Raportul de optimizare iti poate raspunde la toate aceste intrebari si te poate informa despre ceea ce functioneaza pentru siteul tau si ce nu. Vom discuta despre raportul de optimizare si cum sa il aplici pentru siteul tau in acest articol.

Ce este raportul de optimizare?

Oamenilor de afaceri le place sa foloseasca statistici pentru a-si monitoriza progresul. Pentru ei, aceasta este o sursa de informatie obiectiva. Le spune adevarul gol golut despre ce succes are propria lor afacere. In realitate nu e mare diferenta intre un webmaster si un om de afaceri. In cazul nostru, oricum, webmasterii sunt mai interesati de cati vizitatori primeste siteul lor si daca procesul de optimizare a functionat sau nu.

Raportul de optimizare este analiza statisticilor unui site in motoarele de cautare. El analizeaza informatii despre un site - mai specific informatii care se refera la optimizarea pentru motoarele de cautare. Un raport de optimizare va oferi webmasterilor informatii despre numarul de vizitatori ai siteului, Page Rankul Google si Alexa, precum si multe altele.

Pot sa imi fac propriul meu raport de optimizare?

Pentru ca sunt atat de multe persoane care ofera analiza SEO, cei mai multi webmasteri cred ca ei nu isi pot face propriul lor raport de optimizare. Cu toate astea, este perfect posibil pentru un webmaster sa isi analizeze propriile realizari SEO. Ar trebui sa stii ca dureaza ceva timp, dar e destul de simplu. Vom prezenta o metoda de a-ti masura succesul SEO aici.

Cum sa faci un Raport de Optimizare

1. Incepe cu un document de lucru excel. Acesta va fi locul unde iti vei pune toate datele pe care le-ai cules. Incearca sa creezi un document extrem de bine organizat pentru ca asta iti va usura procesul de analiza.
2. Creeaza categorii. Poate sa fie foarte frustrant sa analizezi ceva cand lucrurile sunt dezorganizate. De aceea, este important sa creezi un document organizat pentru toate informatiile. S-ar putea sa vrei sa creezi categorii precum Google Page Rank, Alexa Rank, pozitionare in motoarele de cautare per total, pozitionare in motoarele de cautare regionale etc.
3. Organizeaza un studiu . Aceasta este cea mai importanta parte pentru a masura succesul unui site din punctul de vedere al optimizarii: organizarea unui studiu. Este de fapt o chestiune de a sti unde sa cauti o anumita informatie. Sunt multe resurse SEO disponibile si tot ce ai de facut este sa le gasesti. Pentru a le gasi, poti sa incerci sa cauti pe Google “resurse SEO gratis” sau alte cuvinte

relevante. Cand gasesti statistici pentru siteul tau, inregistreaza-le imediat in documentul de lucru. Este important sa fii precis in aceasta activitate, pentru a nu pune statistici gresite in categorii gresite. Incearca sa folosesti statisticile oferite de hostingul tau direct (statisticile Awstats sau Webalizer).

4. Analizeaza informatia. Dupa ce ai statisticile, este timpul sa afli cum sa le compari. Pentru aceasta partea a procesului, Google este prietenul tau. Pentru fiecare statistica, cauta "media" si vezi cum te situezi. Apoi, exact in dreptul statisticii, plaseaza o nota de la A-F.

5. Insumeaza notele : A este 4, B este 3, C este 2, D este 1. Aduna fiecare nota si apoi imparte la numarul total de categorii. Acesta este nota medie a optimizarii pentru siteul tau. Un C sau mai bine este considerat destul de bun.

Dar daca nu vreau sa imi fac eu insumi raportul de optimizare?

Dupa cum am mai mentionat, exista o multime de firme si consultanti care ofera analiza privind optimizarea pentru motoarele de cautare. Pentru cei care nu au timp sa isi faca propriul lor raport de optimizare, aceasta poate reprezenta o solutie destul de buna pentru a masura succesul optimizarii unui site. Cand alegi un serviciu, asigura-te ca acesta este complet si include toate informatiile de baza precum page rank-ul, linkuri catre siteul tau, etc. Nu te opri la primul serviciu de analiza SEO pe care il gasesti pentru ca nu toate sunt demne de incredere. S-ar putea sa vrei sa intrebi oameni pe un forum SEO despre recomandari privind serviciile de analiza SEO pentru a fi sigur ca nu alegi pe cineva care nu face treaba in mod corespunzator.

Produsul Website Popularity - **http://www.submitsuite.ro/produse/website-popularity.htm** cauta in cele mai importante locuri de pe Internet, locuri in care siteul TAU trebuie sa fie

vazut, pentru a evalua gradul de expunere al siteului. Apoi creeaza un raport usor de inteles care iti arata exact cat de bine este popularizat siteul tau. Poti vedea care sunt punctele forte, precum si cele la care mai ai de lucrat prin analiza a 36 de parametrii grupati in categoriile: linkuri catre siteul tau (IBL) in motoarele de cautare, popularitatea (rangul paginii), pagini indexate in motoarele de cautare, mentiuni in siteurile gen dig.com, inscrierea in liste si directoare de siteuri importante, mentionari in presa si bloguri.

Lectia 13 › Intelegerea logurilor/statisticilor de trafic

TRAFICUL UNUI SITE. CA SI WEBMASTER AUZI O multime de lucruri despre trafic. Auzi cum traficul reprezinta o masura a popularitatii siteului, adica o masura a calitatii siteului tau. Cand te afli in fata statisticilor traficului insa, devii confuz. Cum, mai exact, arata acestea cat de bine o duce siteul tau? Cum este aceasta informatie relevanta? Este usor sa ramai perplex cand vezi toate aceste lucruri dar, din fericire, acestea nu reprezinta o taina de nedescifrat. Dupa ce ai citit aceasta lectie, vei sti cum sa interpretezi datele din logurile traficului tau.

Lucrurile de baza

Ce este traficul unui site?

Traficul unui site nu este un lucru asa usor de definit. Multi cred ca el reprezinta numarul de accesari al unui site, dar asta nu e in totalitate adevarat. Numarul de accesari nu arata numarul de vizite al unui site, ele reprezinta de cate ori un fisier de pe siteul tau este vizitat . Exista o multime de fisiere pe un anumit site, inclusiv imagini, fisiere Javascript, etc. si, de fiecare data cand cineva viziteaza un site, el trebuie sa downloadeze toate aceste fisiere. Accesarile nu reprezinta cu precizie numarul actual de vizite, din acest motiv, poti sa ai 1,000,000 de accesari si in realitate numai 100,000 sau mai putine vizite. Aceasta reprezinta o diferenta uriasa.

Atunci ce este de fapt traficul unui site? Este in realitate un grafic al numarului de vizite pe care siteul tau le primeste. Aceste vizite sunt impartite in 3 categorii: persoane, spideri si alte programe. Traficul vizitatorilor reprezinta numarul de persoane care acceseaza de fapt siteul tau. Traficul spiderilor reprezinta numarul de vizite provenind din partea spiderilor motoarelor de cautare. Traficul provenind de la alte programe reprezinta numarul de accesari al unui obiect de pe siteul tau de catre un program. Vei afla mai multe despre acestea in urmatoarele paragrafe.

Tipul de vizita #1: Persoane reale

Bineinteles ca acest tip de vizita apare in momentul in care un utilizator real acceseaza un anumit site. Acesta este tipul de vizita de care cei mai multi webmasteri sunt interesati pentru ca vor sa vada cat de multe persoane acceseaza in realitate siteul lor. Aceasta poate sa fie cea mai obiectiva parte a logurilor siteului, in sensul ca arata daca un site este vizitat des, sau nu este practic vizitat de loc.

Tipul de vizita #2: Paianjenii/spiderii

Pana acum ai trecut prin 12 lectii despre optimizarea pentru motoarele de cautare si ar trebui sa stii o multime de lucruri despre spideri. Daca nu stii, tot ce trebuie sa retii este ca spiderii sunt programe folosite de catre motoarele de cautare pentru a descoperi care siteuri merita a fi listate in motoarele de cautare si care nu. Spiderii viziteaza siteuri tot timpul si exista sansa ca siteul tau sa fie probabil vizitat de catre un spider de cateva ori pe zi. Vizitele spiderilor sunt o parte importanta a logurilor traficului pentru ca iti arata cat de respectat este siteul tau de catre motoarele de cautare, deci nu uita sa fii atent si la aceste statistici.

Tipul de vizita #3: Alte programe

Spiderii si persoanele reale nu sunt singurii care iti viziteaza siteul si acceseaza continutul acestuia. Alte programe, precum cele care masoara traficul, iti pot vizita de asemenea siteul. Cateodata aceste programe sunt inofensive, in timp ce altadata pot fi extrem de daunatoare. De exemplu, exista programe care viziteaza siteuri numai pentru a culege informatii personale gasite pe site, cum ar fi numare de telefon si adrese de email. Acestea sunt cunoscute sub numele de "culegatori" si pot crea tot felul de probleme pentru webmasteri si useri. De aceea nu ar trebui sa postezi adresa de email pe siteul tau si, daca o faci, asigura-te sa nu scrii adresele asa cum sunt. In loc de @ foloseste at sau imagini. Aceasta va impiedica aceste programe sa le adune si sa le foloseasca in scopuri neautorizate.

Obtinerea logurilor de trafic

Cu cativa ani inainte trebuia sa platesti pentru a avea acces la logurile traficului tau. Acum insa, siteuri precum Google Analytics - http://www.google.com/analytics/ ofera utilizatorilor sansa sa aiba logurile traficului create pentru fiecare site in parte. Aceste statistici sunt foarte profesioniste si clasifica traficul in functie de tipul acestuia (dupa cum am discutat mai sus). Statisticile pot fi destul de complexe, dar atat timp cat citesti instructiunile aflate pe siteul statisticilor traficului, ar trebui sa gasesti raspuns la toate intrebarile.

Cum arata aceste loguri/statistici

Logurile traficului se prezinta in general intr-un format grafic. Vei vedea un grafic cu diferite culori (reprezentand diferite tipuri de trafic) si cu numere alaturate. Aceste numere reprezinta traficul. Atata timp cat poti citi grafuri simple, ar trebui sa poti interpreta aceste numere usor. Chiar daca nu stii cum, in esenta, cu cat graficul este mai inalt, cu atat traficul pe site este mai mare. Google Analytics iti ofera, pe langa posibilitatea sa iti urmaresti traficul, si optiuna de calculare ROI (Return of Investment).

Lectia 13 Recapitulare:

Lectia 13 te-a invatat despre diferitele tipuri de loguri de trafic. Acum stii ca statisticile traficului sunt impartite in 3 categorii: oameni, paianjeni si alte programe. Folosind aceste informatii ai putea interpreta cat de bine o duce siteul tau in ceea ce priveste traficul.

Lectia 14 › Directoare bune si directoare proaste

DUPA CUM AI INVATAT, LINKURILE REPREZINTA O parte importanta in jocului optimizarii pentru motoarele de cautare. Ele pot determina cat de sus sau de jos este pozitionat siteul tau intr-un anumit motor de cautare. Cea mai usoara cale pentru a imbunatati pozitionarea unui site in motoarele de cautare este sa obtii cat mai multe linkuri, adica linkuri aflate pe alte siteuri care trimit catre siteul tau. Directoarele reprezinta cea mai usoara modalitate posibila de a face acest lucru. Cu toate astea, nu toate directoarele sunt identice. De fapt unele pot face mai mult rau decat bine pozitionarii tale in motoarele de cautare. Invata cum sa separi directoarele bune de cele rele in aceasta lectie.

Directoare bune

Directoarele bune reprezinta o modalitate eficienta si usoara de a-ti mari numarul de linkuri catre siteul tau. Aceste directoare sunt cunoscute si folosite de fiecare webmaster interesat de optimizarea pentru motoarele de cautare. Un link de la aceste directoare catre siteul tau are efecte pe termen lung.
Deci, care sunt directoarele bune? Ar fi imposibil pentru noi sa listam toate directoarele bune, pentru ca sunt o multime. In loc de a lista siteuri individuale, vom enumera o lista de trasaturi comune ale directoarelor considerate bune. Asta va da oportunitatea sa determinati care directoare sunt bune pentru siteul vostru.

Caracteristicile unui director bun

Proces de inscriere monitorizat - Directoarele care sunt cunoscute ca fiind "ferme de linkuri" in general dau voie ca sa fie inscrise linkuri pe site fara nici un procedeu de verificare in prealabil. Aceste linkuri sunt afisate imediat. Aceste directoare sunt cunoscute ca "ferme de linkuri" pentru acest motiv: nu sunt moderate (nu se elimina spamul din ele), este foarte usor sa obtii linkuri fara absolute nici o verificare. Spiderii/paianjenii motoarelor de cautare sunt cunoscuti pentru faptul ca evita aceste siteuri. Daca directorul in care iti inscrii siteul necesita aprobare, aceasta e o indicatie ca este un director bun.

Trimite link direct catre URL - Doar pentru ca primesti un link intr-un director, nu inseamna ca iti va ajuta siteul intr-un fel. Asta pentru ca linkul pe care il obtii trebuie sa aiba codul HTML potrivit pentru a te ajuta in optimizarea pentru motoarele de cautare. Ar trebui sa iti iei din timp si sa verifici directorul in care urmeaza sa iti inscrii siteul. Cum arata codul HTML al linkului? Este un link normal, ca de exemplu Anunturi Publicitate sau Anunturi Publicitate ? Linkul normal este de preferat pentru ca va fi observat de spiderii motoarelor de cautare. Pe de alta parte, celalalt tip de link ajuta doar foarte putin la pozitionarea in motoarele de cautare pentru ca nu este in adevaratul sens al cuvantului un link direct catre siteul tau - este doar o redirectionare de la siteul directorului catre siteul tau.

Popularitatea directorului - Un director bun este destul de bine cunoscut de catre motoarele de cautare. Trebuie sa iei in considerare ce pozitionare in motoarele de cautare are directorul in care vrei sa te inscrii. Este pozitionat bine, mediu sau slab? Cele mai bune directoare au pozitionari medii sau bune in motoarele de cautare. Incearca sa le folosesti pe acestea.

Directoare proaste

In ciuda faptului ca stiu ce caracteristici ar trebui sa aiba un director bun, multi inca se pacalesc si isi inscriu siteurile in directoare proaste. Asta pentru ca nu-si dau seama cum ar putea dauna aceste directoare site-ului lor. Iti vom spune cate ceva despre aceste directoare proaste si iti vom da cateva sfaturi despre cum sa le eviti.

Ce sunt directoarele proaste?

Directoarele proaste sunt acele directoare care nu aduc nici un beneficiu real siteurilor care sunt listate in ele. Un director prost poate fi definit ca un director care este o "ferma de linkuri". O ferma de linkuri este un site in care oamenii isi pot inscrie linkuri in director fara nici un fel de interactiune cu o persoana umana. Este un proces automat si nu sunt moderatori umani care sa respinga anumite siteuri. De mult timp spiderii/paianjenii motoarelor de cautare au fost programati sa ignore aceste linkuri de ferme sau directoare proaste.

4 sfaturi pentru a evita un director prost

1. Nu te inscrie pe un site care arata neprofesionist. Directoarele proaste arata in cel mai bun caz ca fiind facute de catre un amator. Daca directorul in care vrei sa inscrii nu arata bine, atunci evita-l.
2. Proces de inscriere usor. Daca procesul de inscriere este usor si garanteaza aprobare instant, atunci nu este un director bun.
3. Formular scurt de inscriere. Directoarele bune intotdeauna cer o multime de informatii despre un site pentru a-l putea plasa in categoria potrivita. Directoarele proaste au un formular de inscriere extrem de scurt in care se cere

putin mai mult decat numele si linkul siteului si probabil nu au nici un mod de verificare daca inscrierea este automata.

4. Linkurile nu sunt bine impartite in categorii. Fermele de linkuri sunt intotdeauna organizate foarte prost. Intr-o categorie despre echipe de fotbal, s-ar putea sa intalnesti siteuri despre fotografii. Aceasta este o indicatie clara ca directorul pe care vrei sa te inscrii nu este bine intretinut.

Lectia 14 : Recapitulare

Folosirea unor directoare bune poate fi o modalitate foarte usoara de a-ti mari numarul de linkuri catre siteul tau. Dupa cum ai invatat in aceasta lectie, poate sa fie extrem de usor sa separi un director bun de unul de slaba calitate daca dedici ceva timp pentru a analiza directorul si carateristicile de baza ale acestuia.

Lectia 15 ›
Informatii despre softurile SEO

IN TRECUT, OPTIMIZAREA PENTRU MOTOARELE DE cautare a unui site reprezenta exclusiv o munca manuala. Fiecare pagina web trebuia analizata si optimizata manual de catre tine sau de catre cel pe care l-ai angajat pentru treaba asta. Aceasta dura destul de mult, dar merita in sensul ca optimizarea atragea mai multi vizitatori pe site.

Cu toate astea, in zilele noastre exista instrumente SEO care fac procesul de optimizare mai rapid si mai usor pentru oricine vrea sa aiba un site optimizat pentru motoarele de cautare. Poate ca esti un webmaster si cauti o modalitate mai simpla pentru o optimizare de succes, te intrebi daca folosirea unui soft de optimizare reprezinta o idee buna sau nu. Vei dori sa citesti aceasta lectie pentru ca vom analiza acest subiect in profunzime.

Ce este un instrument/soft SEO?

Probabil ca ai auzit destul de mult despre instrumentele SEO si te intrebi ce reprezinta ele de fapt. In esenta, un instrument/soft SEO este un soft care are un anumit scop in ceea ce priveste optimizarea pentru motoarele de cautare. Exista o multime de programe SEO diferite, fiecare avand alt scop in optimizarea pentru motoarele de cautare. De exemplu, anumite programe te ajuta sa determini cuvinte cheie potrivite pentru siteul tau, altele determina pozitionarea siteului in motoarele de cautare cele mai cunoscute precum Google, in timp ce altele pot genera cuvinte cheie sau chiar continut pentru

siteul tau. Exista practic programe ajutatoare pentru fiecare aspect al optimizarii pentru motoarele de cautare.

Va elimina un soft SEO complet toata munca manuala?

Raspunsul este nu. Nici cel mai bun program SEO nu poate elimina complet toata munca manuala asociata fiecarui site bine optimizat pentru motoarele de cautare. Inca va trebui sa scrii continut bun, sa inserezi cuvinte cheie si sa organizezi un meniu de navigare excelent. Nici un program nu poate face asta pentru tine, dar un program te poate scuti de anumite batai de cap.

De ce ar trebui sa folosesc un instrument/soft SEO?

Una din tehnicile fundamentale ale optimizarii pentru motoarele de cautare este abilitatea de a face studii. Trebuie sa fii in stare sa studiezi densitatea cuvintelor cheie, cuvintele cheie, pozitionarea si multe altele. Aceasta iti poate ocupa bineinteles destul de mult timp, dar este esential pentru a optimiza cu succes un site pentru motoarele de cautare.

Programele SEO fac aceasta munca in locul tau. Poti sa folosesti instrumentele SEO pentru a calcula densitatea cuvintelor cheie pe orice pagina a siteului tau sau pentru a genera cuvinte cheie pentru a te pozitiona mai bine in motoarele de cautare. Acestea sunt doar cateva exemple despre ce poate sa faca un instrument SEO pentru tine.

De ce nu ar trebui sa folosesc un instrument/soft SEO?

S-ar putea sa ai impresia din paragrafele precedente ca toate softurile SEO sunt eficiente pentru webmasteri. Pur si simplu nu e cazul. Nu toate programele SEO au un scop bun si nu toate ar trebui folosite. Nu ar trebui sa folosesti programe SEO care pretind ca iti pot crea continut. Asta pentru ca un astfel de continut este scris fie intr-o engleza foarte proasta, fie este copiat ilegal. Aceasta nu e o modalitate pentru a veni cu un continut de calitate pentru siteul tau. Vei putea insa folosi un astfel de program pentru a rescrie un articol astfel incat sa eviti penalizarile pentru continut duplicat. Vei vrea, de asemenea, sa eviti softurile SEO care folosesc tehnici ilegale precum postarea automata de comentarii in bloguri. Acestea sunt vazute ca programe ilegale in ochii motoarelor de cautare si vor face de fapt mai mult rau decat bine pozitionarii siteului tau.

Top celor mai bune trei instrumente/softuri SEO

Deci care sunt instrumentele SEO care merita incercate? Exista o multime, asa ca ar fi imposibil pentru noi sa le listam pe toate aici. Iti vom spune numai despre 3 instrumente SEO excelente pentru siteul tau:

1. **Consola Google Webmasters**. Acest instrument gratis de la Google care se gaseste la adresa **http://www.google.com/webmasters** iti pune la dispozitie o multime de optiuni de access la modul in care Google iti vede siteul: rata de indexare, probleme aparute la indexare, etc. Intre optiuni vei fi surprins sa gasesti informatii care te vor ajuta la imbunatatirea calitatii siteului tau. Pe lista de prioritati este primul program care trebuie folosit. Din consola Google Webmasters vei avea acces si la aplicatia Google Website Optimizer (care iti

permite sa testezi eficienta diferitelor combinatii de “landing pages” sau pentru a testa asa numitele A/B split testing) sau Webmasters Tools.

2. **Submit Suite – http://www.submitsuite.com** . Bineinteles ca Submit Suite se afla intre sugestiile din aceasta lista. Pe langa faptul ca ele sunt produsele dezvoltate de noi, au si alte avantaje ☺. Sunt singurele solutii SEO adaptate pentru Romania, care se adreseaza si nevoilor posesorilor de siteuri romanesti. Website Submitter are o interfata prietenoasa, care genereaza o descriere a siteului utilizatorului, incluzand linkurile, iar apoi posteaza aceste informatii pe 750 directoare web romanesti si 4500 straine. Clientul salveaza astfel zile intregi pe care si le-ar fi petrecut cautand si postand manual aceste informatii. Alaturi de aplicatia Website Submitter, aplicatia Anunturi publica anuntul tau in 300 de site-uri de anunturi in mod semi-automat urmand ca lista de siteuri sa ajunga la 500 in cel mai scurt timp. Economisesti timp folosind o lista actualizata de anunturi si ai garantia publicarii corecte prin completarea automata a elementelor unui anunt.

3. **Search Status** - **http://www.quirk.biz/searchstatus/** . Search Status este o extensie pentru browserul Mozilla Firefox si te ajuta in munca direct din browser, cu afisarea pentru fiecare pagina a diferitelor elemente importante.

4. **SEO Elite**. SEO Elite iti ofera posibilitatea sa compari pozitionarea siteului tau in diferite motoare de cautare pentru un anumit cuvant sau expresie cheie. Este foarte folositor pentru a identifica care cuvinte cheie functioneaza de fapt si care nu. Poti in paralel sa iti analizezi concurenta si astfel sa poti sa “mimezi” tehnicile aplicate de ei.

Lectia 16 › Dictionarul motoarelor de cautare

IN ACEST MOMENT PROBABIL CA STII O MULTIME de lucruri despre optimizarea pentru motoarele de cautare si importanta ei pentru succesul unui site. Stii ca este crucial pentru siteul tau sa fie bine optimizat pentru motoarele de cautare pentru a atrage mai multi vizitatori. Dar ceea ce s-ar putea sa nu stii este terminologia motoarelor de cautare - sau cel putin o parte din ea. Asta se datoreaza faptului ca sunt atat de multi termeni diferiti si poate fi dificil cateodata sa vezi care e diferenta intre un anumit termen si altul. In aceasta lectie vei invata o parte din cei mai importanti termeni in dictionarul motoarelor de cautare si care este legatura acestora cu succesul siteului tau.

Termenul # 1 : Adsense

Adsense este un termen care a devenit extrem de popular in ultimii ani. Este intotdeauna mentionat de catre webmasteri ca o modalitate de a castiga bani dintr-un site. Destul de simplu, Adsense este un produs Google care poate fi folosit de catre webmasteri pentru a-si plasa reclame pe siteuri. Pentru fiecare click pe care aceste reclame il primesc, webmasterul primeste o mica suma de bani – de obicei intre 10 si 50 centi, depinzand de cuvitele care sunt continute in textul langa care apar. Asta poate sa nu para mult, dar ideea e ca se aduna mai multe clickuri. Pentru un site care are o mult trafic, acest program poate reprezenta o sursa extraordinara de venit, de aici provenind si popularitatea termenului. Este important si textul paginii in care se afiseaza reclama

contextula. De exemplu, o pagina in care exista un articol despre "imprumut banca" va fi mult mai productiva decat o pagina despre "motoare in doi timpi".

Termenul #2: Bloguri

Daca nu ai trait intr-o pestera in ultimii 5 ani (si noi speram ca nu ai trait) probabil ca stii cate ceva despre bloguri. Acum o sa afli de ce acestea sunt importante cand vine vorba de pozitionarea in motoarele de cautare. Vom explica asta aici.

In esenta, Google, ca si alte motoare de cautare, iubeste blogurile. Ele vor indexa un blog si il vor afisa in motoarele de cautare in mai putin de 24 de ore daca gasesc un link catre el pe un site extern. Webmasterii care au nevoie de o indexare mai rapida nu trebuie sa caute alte metode decat folosirea unui blog. Prin adaugarea unui blog siteului tau sau crearea unui blog extern si apoi plasarea unui link care trimite catre siteul tau, obtii un link catre siteul tau (aceste linkuri sunt foarte importante in procesul de optimizare pentru motoarele de cautare) si astfel obtii indexarea siteului tau mult mai repede decat ar fi posibil in mod normal.

Termenul #3: Contorizarea clickurilor

Contorizarea clickurilor este un termen care nu este des mentionat in terminologia SEO, dar este unul esential. Contorizand clickurile, motoarele de cautare urmaresc cate clickuri primeste un site cand este listat in motoarele de cautare. Cu alte cuvinte, se contorizeaza ce linkuri sunt apasate de catre utilizatorii motoarelor de cautare. Este folositor pentru ca poate ajuta un motor de cautare sa diferentieze intre linkurile relevante pentru o anumita cautare si cele irelevante.

Termenul # 4: Motoare de cautare full text /text complet

Acest termen nu este discutat prea des, de aceea multor webmasteri le este neclar ce inseamna. In esenta, un motor de cautare full text/text complet este un motor de cautare care are spideri care indexeaza fiecare cuvant dintr-o pagina web. Anumite motoare de cautare indexeaza numai anumite parti ale unei pagini web. Aceasta poate reduce semnificativ sansele unui site de a fi listat in motoarele de cautare. Cu cat este indexat mai mult text dintr-o pagina, cu atat mai bine.

Termenul # 5: Indexarea

Un alt termen extrem de folosit in SEO este cel de indexare. Termenul indexare se refera la "directorul" de linkuri al unui motor de cautare. Cand URL-ul unui site este adaugat in lista motoarelor de cautare, se spune ca a fost indexat de catre motoarele de cautare. Dupa cum am mai spus, indexarea este o parte importanta a SEO si fiecare webmaster ar trebui sa lupte ca paginile siteului sau sa fie indexate cat de repede si complet posibil.

Termenul # 6: Inscrierea manuala

Cateodata spiderii/paianjenii motoarelor de cautare pur si simplu nu iti gasesc siteul. Cand se intampla asta, depinde de tine sa ii aduci pe siteul tau. Poti face asta folosind inscrierea manuala. Cand iti inscrii siteul manual, te duci la siteul motoarelor de cautare si completezi informatii despre siteul tau (inclusiv un link). Este apoi verificat si, in caz favorabil, adaugat la motoarele de cautare.

Termenul # 7: Metode SEO inacceptabile

Exista metode acceptabile de a obtine listarea siteului tau precum si metode inacceptabile. Daca vrei sa ai un site bine optimizat, vei dori sa eviti metodele SEO inacceptabile ("black hat"). Asadar, folosirea prea multor cuvinte cheie, a cuvintelor cheie invizibile, postarea de comentarii automate pe bloguri sunt considerate metode SEO inacceptabile care fac mai mult rau decat bine si sunt penalizate de Google.

Lectia 16 : Recapitulare

In lectia 16 ti-au fost prezentati sapte din cei mai importanti termeni din dictionarul motoarelor de cautare. Acum ca stii acesti termeni, vei sti cum sa aplici aceste cunostinte pentru siteul tau.

Lectia 17 › Promovarea folosind fluxurile RSS

CA ORICE WEBMASTER, AUZI DE MULTE tehnici diferite pentru a aduce vizitatori pe siteul tau. Unele dintre acestea sunt eficiente, in timp ce altele de abia au vreun efect asupra siteului tau. Pentru ca sunt raspandite atat de multe tehnici diferite, s-ar putea sa fie dificil sa le deosebesti pe cele care chiar functioneaza de cele care nu. O metoda care s-a dovedit ca mareste traficul unui site este cea a fluxurilor RSS. Chiar daca esti la curent cu toate noutatile privind promovarea web, s-ar putea sa nu stii prea multe despre RSS feeds. In acest caz, vei vrea sa citesti aceasta lectie pentru a afla despre ele si cum le poti folosi pentru siteurile tale.

De unde provine termenul RSS?

RSS nu este atat de complicat precum pare. Termenul RSS provine din prescurtarea in limba engleza a expresiei “Really Simple Syndication”.

Cum functioneaza RSS?

Dupa cum poate ti-ai dat seama citind “syndication” in descrierea termenului, RSS functioneaza in esenta ca si televiziunea, numai ca are anumite aspecte diferite. Este o modalitate de a tine la curent oamenii cu stirile. In acest caz, stirile sunt reprezentate de actualizarea continutului unui site. De fiecare data cand un site este actualizat cu un continut nou, aceasta informatie este transmisa prin RSS. Oamenii care sunt inscrisi la RSS feed-ul unui anumit site sau a mai

multor siteuri, vor sti exact cand siteul este actualizat si vor fi in stare sa vada noul continut imediat.

Daca reflectezi, RSS seamana extrem de mult cu un canal de stiri 24 de ore pe zi. Intai de toate, oamenii asculta stirile pe acest canal pentru ca este in continuu actualizat. Cei care se inscriu la RSS feeds vor fi primii care vor sti cand siteurile lor favorite au fost actualizate.

De ce le place oamenilor RSS

S-ar putea sa fie destul de inconfortabil sa verifici manual daca fiecare site a fost actualizat. Asta mai ales daca navighezi pe o multime de siteuri diferite. RSS este o metoda automata de a verifica actualizarea unui site sau blog. In loc sa te duci manual pe fiecare site si sa vezi daca exista informatie noua, tot ce ai de facut este sa te uiti peste un flux RSS care te anunta cand un site este actualizat. RSS este o cale extrem de convenabila de a tine pasul cu siteurile si continutul lor, de aceea multi oameni sunt incantati de RSS prin prisma faptului ca reprezinta o metoda populara de a fi la curent cu toate noutatile folosind internetul.

Cine foloseste RSS?

In ultimii ani, RSS a devenit un instrument foarte popular pentru bloguri. Blogurile au RSS feeds care ii anunta pe cititori de fiecare data cand este postat un nou mesaj pe acesta. Aceste feeduri sunt extrem de intens urmarite de catre motoarele de cautare precum Google si de fiecare data cand un nou feed este transmis, informatia se regaseste si in motorul de cautare Google (precum si in alte motoare de cautare.)

Folosirea RSS a depasit de mult stadiul blogurilor si a siteurilor de stiri. Acum fiecare site obisnuit foloseste RSS atat pentru a-si lasa vizitatorii sa stie cand a fost ultima oara actualizat, cat si ca o modalitate de a-si mari traficul. Vei invata despre asta in sectiunea urmatoare.

Folosirea RSS-ului pentru promovarea unui site

RSS poate parea un lucru extraordinar si chiar este, dar cum mai exact este el folosit eficient in promovarea unui site? Asta e o intrebare excelenta pusa de multe persoane care cauta sa isi imbunatateasca traficul siteului si li s-a spus despre marile beneficii ale RSS. Este insa o intrebare careia i se gaseste destul de usor un raspuns.

In general oamenii folosesc RSS pentru a vedea ultimele actualizari de pe anumite siteuri sau ale anumitor tipuri de continut. De exemplu, unele persoane folosesc RSS pentru a afla ultimele stiri din siteuri gen **http://www.hotnews.org** sau din bloguri populare. Sau ei pot alege sa foloseasca doar anumite RSS feeds.

Iata un exemplu concludent. Imagineaza-ti ca ai un site dedicat fotografiilor digitale. Siteul tau are articole postate in fiecare zi. Ti-ar placea ca oamenii sa stie despre aceste articole si sa iti viziteze siteul. Daca adaugi un RSS feed si cineva doreste infomatii actualizate despre fotografii digitale, de fiecare data cand siteul tau este actualiza,, i se va trimite un link catre siteul tau. Luand in considerare numarul de persoane care folosesc RSS si in special numarul celor care cauta continut asemanator cu cel al siteului tau, este usor de constatat cum folosirea RSS feed pentru promovarea unui site poate sa fie eficienta.

Te afli in situatia ca nu esti motivat sa introduci manual informatiile legate de

feed-ul tau si sa urmaresti siteurile in care il inscrii? Software-ul de inscriere de fluxuri RSS, **Feed Submitter** - **http://www.submitsuite.ro/produse/feed-submitter.htm** , automatizeaza acest proces de inscriere in directoare de bloguri sau siteuri RSS.

Lectia 17 Recapitulare

Lectia 17 te-a invatat o multime de lucruri despre RSS feeds si despre cum le poti folosi pentru a-ti promova siteul. Asigura-te ca folosesti RSS feed pe siteul tau pentru a atrage mai multi vizitatori. Un program gratuit de citit fluxurile RSS la care esti abonat este Google Reader : **http://www.google.com/reader** .

Lectia 18 › Diverse strategii de optimizare

UN PLAN BUN DE LUCRU ESTE ESENTIAL PENTRU A avea succes. Asta e valabil in toate aspectele vietii - ca trebuie sa faci un plan si inca unul bun pentru a avea cu adevarat succes. Acelasi concept se aplica foarte bine si la optimizarea pentru motoarele de cautare. Oricare site poate avea succes, dar e nevoie de o planificare atenta si de abilitatea de a determina ce va functiona si ce nu. Si acum, multi creatori de siteuri petrec mult timp investigand diverse strategii de optimizare/SEO si apoi se decid asupra acelora care trebuie folosite pentru siteurile lor. Aceasta lectie studiaza in amanunt cele mai bune trei strategii de optimizare si te invata cum sa le aplici pentru siteurile tale.

Strategia # 1: Linkurile

Dupa cum probabil stii, cand un spider al unui motor de cautare merge la vanatoare, el cauta linkuri pe siteurile vizitate. Cand gaseste un link catre un anumit site, el urmeaza linkul respectiv si se duce pe siteul corespunzator. Spiderul viziteaza siteul si de obicei il indexeaza in motoarele de cautare. In consecinta, siteul obtine o pozitionare mai buna in motoarele de cautare. Este simplu sa-ti dai seama de ce obtinerea cat mai multor linkuri catre siteul tau este o strategie atat de importanta si eficienta a optimizarii pentru motoarele de cautare.

Exista mai multe modalitati de a obtine linkuri catre siteul tau. Prima este sa schimbi linkuri cu alt site. Cand faci asta, trebuie sa fii foarte atent si sa schimbi

link numai cu un site relevant. Cu alte cuvinte, daca ai un site de fotografie, nu cauta linkuri de la un site de masini. Fotografia si masinile nu sunt destul de relevante unele pentru altele pentru a fi considerate linkuri de calitate in ochii motoarelor de cautare.

O alta modalitate de a obtine linkuri este folosirea directoarelor. Directoarele au scopul de a ajuta vizitatorii sa gaseasca anumite siteuri in functie de categoria corespunzatoare. Din nou, trebuie sa fii foarte atent in alegerea directoarelor. Nu folosi niciodata un director care afiseaza linkurile imediat sau unul care nu este intretinut in mod regulat.

Contactul direct cu posesorii de websiteuri din aceeasi categorie ca si siteul tau este o solutie mai anevoioasa insa care poate sa aduca rezultate uimitoare, in cazul in care reusesti sa convingi pe cel rugat sa publice un link sau articol despre siteul tau.

Strategia # 2: Cuvinte cheie

Strategia de baza si probabil cea mai eficienta pentru optimizare este cea a folosirii cuvintelor cheie si utilizarea in spatele acestor cuvinte cheie a linkurilor catre siteul tau. Cuvintele cheie sunt extrem de importante in construirea oricarui site de mare succes, asa ca nu ar trebui sa ignori aceasta strategie. O buna strategie a cuvintelor cheie inseamna o cercetare amanuntita a cuvintelor cheie folosite in continut. Ar trebui sa cauti cele mai populare cuvinte pentru subiectul siteului tau si apoi sa alegi 1-5 dintre acestea pe care sa le folosesti. Apoi, ar trebui sa iti propui sa ajungi la o densitate a cuvintelor cheie de 2-5 % pentru fiecare pagina de continut. Nu stii ce inseamna densitatea cuvintelor cheie? Citeste lectiile noastre anterioare pentru ca este explicat in profunzime acolo.

Prin urmare, de ce sunt cuvintele cheie atat de importante in SEO? Pur si simplu pentru ca spiderii au fost programati sa caute anumite cuvinte cheie. Cand le gasesc pe un site, ei raporteaza rezultatele acestea catre motoarele de cautare unde sunt analizate si luate in considerare. Apoi, siteul este indexat si oamenii care vor cauta in motoarele de cautare oricare din cuvintele cheie gasite pe siteul tau vor putea foarte usor sa iti viziteze siteul. Cu alte cuvinte, folosind cuvintele cheie, iti faci siteul cunoscut mai multor persoane si iti directionezi catre site persoanele interesate doar de subiectul siteului tau.

Strategia # 3 : Continut

Cat de bun este un site fara un continut bun? Bineinteles ca deloc. Un site cu un continut slab nu numai ca va esua in a atrage vizitatori fideli, dar nici spiderii motoarelor de cautare nu il vor vizita prea des. In consecinta, siteul va fi pozitionat foarte prost - asta in cazul in care va fi indexat de motoarele de cautare. De aceea, continutul este una dintre cele mai importante strategii de optimizare. Continutul pe care il creezi trebuie sa fie relevant pentru siteul tau si trebuie actualizat. E nevoie de ceva foarte informativ pentru vizitatorii tai. Daca reusesti sa ai un continut informativ si de calitate vei avea o multime de vizitatori fideli precum si spideri ai motoarelor de cautare care revin la siteul tau. Iti va imbunatati cu siguranta pozitia in motoarele de cautare. Unul dintre sintagmele populare legate de continut este: “Continutul este rege”.

Lectia 18 Recapitulare

Lectia 18 te-a invatat trei strategii de optimizare diferite, fiecare avand potentialul de a transforma un simplu site intr-unul de succes. Daca folosesti

chiar si numai una din aceste strategii, ar trebui sa vezi o diferenta mare in ceea ce priveste pozitionare in motoarele de cautare.

Lectia 19 › Importanta textului ancora in optimizare

PANA IN ACEST MOMENT, AI TRECUT PRIN 18 LECTII si ai invatat o multime de lucruri despre optimizarea pentru motoarele de cautare. Ai invatat ce este optimizarea pentru motoarele de cautare, de ce trebuie sa o faci, cum sa o faci si diferite tehnici si strategii care merita sa fie aplicate. De asemenea ai descoperit ca a avea linkuri externe (linkuri de la alte siteuri care trimit vizitatori catre siteul tau) este un factor cheie in optimizarea cu succes a oricarui site. Dar simplul fapt ca detii linkuri nu inseamna ca vei obtine o pozitionare mai buna in motoarele de cautare. Asta pentru ca nu toate linkurile au aceeasi importanta. Unele vor duce la o mai buna pozitionare in motoarele de cautare, in timp ce altele nu vor schimba nimic. Dupa cum o sa afli in continuare, linkurile sunt folositoare sau nu in functie de textul ancora.

Textul ancora: Principii de baza

Ce este mai exact textul ancora si cum este el relevant pentru siteul tau? Aceasta e o intrebare pusa frecvent de webmasterii care tocmai au inceput sa descopere optimizarea pentru motoarele de cautare. Vom da un raspuns acestei intrebari, dar mai intai sa recapitulam subiectul linkurilor externe.

Linkurile externe sunt o parte foarte importanta in ecuatia optimizarii pentru motoarele de cautare. Ele sunt linkuri pe care le primesti de la alte siteuri. Cand un site afiseaza un link catre siteul tau, acesta este numit un link extern. Aceste

linkuri sunt observate de orice spider al motoarelor de cautare care viziteaza o pagina, asa ca, daca ai un link catre siteul tau provenind de pe un alt site, de fiecare data cand spiderul viziteaza siteul respectiv, va ajunge si pe siteul tau. Cu cat spiderii viziteaza mai des siteul tau, cu atat pozitia ta in motoarele de cautare tinde sa se imbunatateasca. Cu cat pozitia este mai buna, cu atat primesti mai multi vizitatori. Cu cat primesti mai multi vizitatori , cu atat faci mai multi bani. Astfel functioneaza intreaga ecuatie.

Cand un site extern afiseaza un link catre siteul tau, ei trebuie sa puna un cod HTML pe pagina lor. Codul HTML clasic pentru a afisa un link arata astfel : Anunturi. Intre <a href> si gasesti partea cunoscuta sub numele de text vizibil. Textul vizibil este textul pe care il vad vizitatorii care acceseaza siteul. Ei nu vizualizeaza codul HTML , dar vad acest text. Spiderii care viziteaza siteul vad si ei textul si il folosesc pentru un anumit scop: sa asocieze cuvintele cheie cu linkul respectiv. Cu alte cuvinte, informatia continuta in linkul "Anunturi" de mai sus este textul ancora pe care spiderii il analizeaza foarte atent si il iau in considerare.

De ce este important textul ancora?

Asadar, de ce este textul ancora atat de important in optimizarea pentru motoarele de cautare? Sunt mai multe motive, dar noi vom discuta doar cateva aici.

Imagineaza-ti pentru un moment: ai obtinut cateva linkuri externe. Presupui ca toata treaba este facuta si ca linkurile vor duce implicit la o pozitionare mai buna in motoarele de cautare si la mai multi vizitatori. Cu toate astea, trec saptamani si pozitionarea ta precum si numarul de vizitatori nu se schimba. Esti confuz. Ai toate aceste linkuri, dar ele nu te ajuta de loc. Asta nu se datoreaza intotdeauna faptului ca ai obtinut niste linkuri proaste (cum este cazul linkurilor provenind

de la siteuri irelevante sau de la ferme de linkuri) ci mai degraba pentru ca linkurile nu sunt atat de bune precum ar trebui sa fie.

Sa presupunem pentru un moment ca ai un site dedicat jocurilor online **http://www.jocupedia.com** . Obtii linkuri catre siteul tau provenind de la alte siteuri de jocuri sau de discutii despre jocuri, dar textul ancora nu este destul de adecvat. De exemplu ancora "Cel mai misto site de pe net" ar putea fi mai eficient daca ar fi "Jocuri online". Prin urmare, care este diferenta intre aceste doua texte vizibile? Unul descrie foarte sumar continutul siteului catre care afiseaza link, in timp ce celalalt descrie perfect siteul si totodata promoveaza linkul pentru spiderii motoarelor de cautare care cauta linkuri si cuvinte cheie precise. Diferenta mare consta in faptul ca unul dintre linkuri este inferior celuilalt din punctul de vedere al calitatii.
Cand ceri unor siteuri sa afiseze linkuri catre siteul tau, intotdeauna trebuie sa le informezi ce fel de text ancora vrei sa foloseasca. Daca este posibil, construieste si trimite-le exact textul ancora care doresti sa fie folosit. Vei evita astfel ca siteurile respective sa folosesca un text neadecvat.

Lectia 19 : Recapitulare :

Textul ancora este un aspect destul de des trecut cu vederea al optimizarii pentru motoarele de cautare, dar care poate influenta extrem de mult pozitionarea in motoarele de cautare precum si traficul unui site. Asigura-te intotdeauna ca linkurile catre siteul tau sunt insotite de cuvinte cheie potrivite, pentru eficienta maxima.

Lectia 20 › Structura linkurilor interne

DACA AI VIZITAT IN ULTIMUL TIMP VREUN FORUM axat pe optimizarea pentru motoarele de cautare, probabil ca ai citit o multime de opinii diferite despre cum sa iti optimizezi cat mai bine siteul. Probabil ca ai auzit de multe ori mentionandu-se structura linkurilor interne si ai cautat pretutindeni pe internet fara sa gasesti o explicatie decenta a ceea ce inseamna. Asta poate sa fie extrem de frustrant, in special daca vrei sa afli in ce masura se poate aplica respectiva structura siteului tau si strategiilor tale de optimizare. In lectia 20 urmeaza sa iti spunem tot ceea ce ai nevoie sa stii despre structura linkurilor interne.

Principiile fundamentale ale linkurilor interne

Ce este structura linkurilor interne?

Ce este mai exact structura linkurilor interne? Ai fi surprins sa afli cat de des este pusa aceasta intrebare careia ii vom da raspuns aici. In esenta, cand creezi un site, dispui de ceea ce se numeste un sistem de navigare. Acest sistem afiseaza linkurile catre alte pagini ale siteului tau. Vizitatorii pot sa apese aceste linkuri pentru a accesa alte pagini ale siteului tau. De fapt, structura linkurilor interne este structura acestor linkuri. “Interne” se refera strict la linkurile din interiorul siteului tau, in timp ce “structura linkurilor” asociaza linkuri cu pagini ale siteului tau. Deci asta e structura linkurilor interne.

De ce conteaza linkurile interne?

Unii webmasteri decid sa aiba o structura a linkurilor bazata pe un text ancora care spune doar “apasa aici”. Formularea “apasa aici” nu descrie de fapt despre ce este vorba in pagina catre care se trimite linkul. Oamenii nu sunt obisnuiti sa acceseze linkuri necunoscute, asa ca a avea un link de genul “apasa aici” e o idee proasta pentru ca multi nu vor apasa pe el.

Dar conteaza asta pentru spiderii motoarelor de cautare? Raspunsul este un DA rasunator. Spiderii au fost programati sa fie atenti la linkurile care au o structura interna foarte buna si sa determine textul ancora folosit. Cu alte cuvinte, spiderilor le plac linkurile cu un text ancora bun, o descriere buna si cuvinte cheie bine alese. Ei urasc linkurile “apasa aici” si nu le vor da mare atentie. De aceea este foarte important sa ai o buna structura interna a linkurilor pentru a atrage mai multi vizitatori si spideri catre paginile tale.

Cum arata o structura buna a linkurilor interne?

O structura buna a linkurilor interne este un obiectiv pe care fiecare webmaster ar trebui sa si-l fixeze. Ea asigura ca paginile unui site sunt vizitate atat de spideri cat si de oameni. Un site cu o structura buna a linkurilor interne va avea linkuri interne descriptive si concise. Vezi urmatoarea sectiune despre cum sa creezi linkuri interne bune.

Cum pot crea o structura buna a linkurilor interne?

De fapt nu este atat de dificil precum ai putea crede. In realitate, este chiar simplu, daca folosesti putin simt practic. Trebuie sa iei in considerare urmatoarele sfaturi.

Sfatul # 1: Cuvinte cheie

Linkurile interne bune pot contine cuvinte cheie. Aceste cuvinte cheie trebuie sa fie intotdeauna relevante si sa nu abata cititorul de la scopul principal al linkului- acela de a-l directiona catre alta pagina. Cuvintele cheie sunt importante pentru ca ajuta la atragerea mai multor spideri pe site si la imbunatatirea pozitiilor in motoare de cautare. Dar este bine de retinut ca nu ar trebui sa sacrifici calitatea prin folosirea unor cuvinte cheie care nu se potrivesc exact linkului. De aceea trebuie mereu sa fii atent cand le folosesti.

Sfatul # 2: Descrierea

Oamenilor le place sa stie exact unde vor fi condusi dupa ce vor apasa un link. De aceea o descriere completa este importanta pentru crearea unei bune structuri interne a linkurilor. Este recomandat sa descrii cu acuratete unde va conduce linkul respectiv o persoana sau un spider. Cand faci asta, incearca sa folosesti cat mai putine cuvinte posibile - de obicei mai putin de sase.

Sfatul # 3 : Cod HTML corect

Daca exista o greseala pe care oamenii o repeta mereu, aceasta este cea a folosirii unui cod HTML prost pentru linkuri. Trebuie sa folosesti un cod HTML corect pentru linkuri si acesta este Jocuri online. Codul HTML nu trebuie niciodata sa fie prea scurt sau intrerupt si trebuie intotdeauna sa fie in conformitate cu standardele W3C. Prin folosirea unui HTML corect, esti pe drumul cel bun pentru a obtine o structura mai buna a linkurilor interne.

Lectia 20 Recapitulare

Lectia 20 te-a invatat cate putin despre subiectul evaziv al structurii linkurilor interne. Folosind aceasta informatie, ar trebui sa ai o idee destul de buna despre ce inseamna o structura buna a linkutilor interne.

Lectia 21 ›
Obtinerea de linkuri catre siteul tau folosind comunicatele de presa

DACA ESTE CEVA CE AI INVATAT IN TOATE ACESTE lectii, acesta este faptul ca exista o multime de tehnici diferite pentru a-ti optimiza siteul pentru motoarele de cautare. Obtinerea de linkuri catre siteul tau provenind de la alte siteuri este o tehnica foarte buna pentru a-ti imbunatati pozitia in motoarele de cautare si de a obtine mai mult trafic pentru siteul tau. Sunt mai multe tehnici de a obtine linkuri catre siteul tau: cererea catre alte siteuri sa afiseze linkuri catre siteul tau, adaugarea siteului tau in directoare sau folosirea articolelor sau comunicatelor de presa pentru a obtine mai multe linkuri. In lectia de azi ne vom concentra mai mult pe ultima tehnica mentionata.

Ce sunt comunicatele de presa?

Daca nu stii ce inseamna comunicatele de presa, nu e nici o problema, vom vorbi putin despre ele acum. In esenta, comunicatele de presa sunt articole care descriu o afacere sau un produs. De exemplu, o afacere care promoveaza un produs nou poate avea scris un comunicat de presa trimis catre agentiile de presa pentru a prezenta produsul potentialilor clienti. Sau un muzician, care vrea sa anunte publicul ca a lansat un nou album, poate crea un comunicat de presa in care isi prezinta viata si muzica in detaliu pentru cititori. Comunicatele de presa sunt in esenta publicitate gratuita pentru un produs.

Asta suna foarte bine, dar cum mai exact se poate aplica in optimizarea pentru motoarele de cautare? In caz ca nu ai observat, o multime de comunicate de presa contin linkuri catre un site care contine mai multa informatie despre produsul sau persoana descrisa in comunicat. Acum imaginaza-ti pentru un moment ca putea avea un comunicat de presa care descrie siteul tau si include si un link catre siteul respectiv. Asta pare o modalitate extraordinara de a obtine linkuri catre siteul tau , nu-i asa?

Comunicatele de presa pentru linkuri

In paragraful precedent, am atins subiectul folosirii comunicatelor de presa pentru a obtine mai multe linkuri catre un site. As vrea acum sa discutam putin mai specific cum se aplica asta unui site care cauta sa atraga mai multi vizitatori. Sa zicem ca tocmai ai construit un site extraordinar bazat pe un anumit subiect. Ai vrea sa le spui oamenilor despre acest site si, in acelasi timp, sa fii sigur ca este bine optimizat pentru motoarele de cautare. O buna modalitate de a realiza ambele lucruri in acelasi timp este sa scrii (sau sa angajezi pe cineva sa scrie) un comunicat de presa care detaliaza siteul tau. Poti sa vorbesti despre subiectul siteului si in timpul comunicatului sa adaugi cateva linkuri catre siteul tau. Oamenii vor vedea apoi acest comunicat de presa si probabil ca iti vor vizita siteul. Spiderii vor vedea de asemenea comunicatul de presa si sa speram ca iti vor vizita si ei siteul. Spiderii vor observa si linkurile si se vor duce pe siteul tau. Este o modalitate perfecta de a atrage atentia asupra siteului tau, nu doar oamenilor, ci si motoarelor de cautare.

Cum sa creezi un comunicat de presa eficient

Este chiar o situatie delicata cand vine vorba de a folosi comunicatele de presa in optimizarea pentru motoarele de cautare. Trebuie sa creezi comunicate de

presa pe care ziarele si siteurile le vor publica si, in acelasi timp, sa te asiguri ca au linkuri corespunzatoare. Asta poate sa fie foarte dificil pentru ca anumite ziare si siteuri sunt foarte specifice in privinta stilului comunicatului de presa. Pentru a face acest proces mai usor, vom discuta despre 4 reguli care ajuta la crearea unui comunicat de presa eficient in a obtine linkuri.

Regula #1: Profesionalism

Comunicatele de presa, se stie, trebuie sa fie obiective si concise. Ele nu se aseamana cu o scrisoare catre un prieten drag sau cu un comentariu pe un forum de discutii. Ele arata profesionist si in general nu contin cuvinte ca "noi", "eu", "mie". Sunt corecte din punct de vedere gramatical si scrise la obiect.

Regula # 2 : Descrie siteul foarte bine

Comunicatele de presa ar trebui sa descrie un site si scopul acestuia. Asigura-te ca scoti in evidenta aspectele unice ale siteului tau, diferite de cele ale altor siteuri concurente. Prin asta se va remarca siteul tau.

Regula # 3 : Nu folosi prea multe cuvinte

Este bine sa descrii siteul tau cat mai precis, dar nu vorbi incontinuu despre acelasi subiect. Limiteaza-ti comunicatul de presa la o lungime de 500 de cuvinte sau mai putin si incearca sa il imparti in aproximativ 5 paragrafe. Nu insista prea mult pe descrierea acelorasi aspecte si incearca sa nu te repeti fara rost.

Regula # 4 : Include un link la final si unul in textul comunicatului de presa

Daca ai pune un link in fiecare paragraf al comunicatului, asta ar parea publicitate ostentativa si nu iti va aduce nici un beneficiu. Ar trebui sa pui numai un link sau doua catre siteul tau in intreg comunicatul. Ai putea sa incerci sa folosesti un link in primul paragraf si din nou unul la finalul comunicatului de presa.

Lectia 21 : Recapitulare

Comunicatele de presa reprezinta o modalitate excelenta de a aduna mai multe linkuri catre siteul tau, de aceea merita sa fie incercate. Lectia 21 te-a invatat exact cum sa creezi un comunicat de presa bun si eficient. O lista cu siteuri de comunicate de presa este publica la **http://www.submitsuite.ro/blog/top-site-uri-comunicate-de-presa** .

Lectia 22 › Momirea linkurilor/link baiting pentru obtinerea eficienta de linkuri

IN OPTIMIZAREA PENTRU MOTOARELE DE CAUTARE exista o multime de tehnici care pot fi folosite pentru a obtine o pozitionare mai buna in motoarele de cautare. Unele dintre aceste tehnici sunt extrem de eficiente, in timp ce altele nu sunt deloc. Unul din secretele pentru a deveni bun in optimizarea pentru motoarele de cautare a unui site este sa separi ce e bun de ce e rau. Sunt anumite tehnici pe care multi le considera proaste, dar in realitate functioneaza foarte bine. Momirea linkurilor (link baiting) este una din aceste tehnici pe care lumea o considera imorala (in principal din pricina numelui) dar in realitate reprezinta una dintre cele mai bune tehnici de optimizare. Vom analiza mai amanuntit acest subiect fascinant.

Momirea linkurilor (link baiting): Principii fundamentale

Dupa cum se spune si in titlu, subiectul acestei lectii este momirea/atragerea linkurilor si cum poate fi folosita in mod eficient pentru obtinerea unor linkuri. Dar pana sa discutam asta in detaliu, sa analizam putin principiile fundamentale ale momirii linkurilor.

Ce este momirea/atragerea linkurilor?

Momirea este una dintre cele mai prospere modalitati de a obtine vizitatori si linkuri in timp foarte rapid . Este o tehnica destul de directa care poate fi folosita de fiecare pentru siteul sau. Desi este utilizata cel mai des de catre bloguri, metoda se poate aplica cu succes pentru orice site normal.

Asadar ce este momirea sau atragerea linkurilor? Sa zicem ca scrii un articol si il publici pe siteul tau. In esenta tu arunci o momeala, asemenea unui pescar. Apoi pestele – cei care cauta articole pentru a le trimite link - este capabil sa vada momeala respectiva. Cand "trage" - si aceasta se intampla in momentul in care ei trimit un link catre articol - tu vei culege roadele. Momeala ta, adica articolul, a reusit cu succes sa prinda un peste. S-ar putea sa ti se para ciudat sa privesti momirea linkurilor in modul asta, dar este probabil cea mai buna explicatie care poate fi data.

In concluzie, momirea linkurilor este un aspect al obtinerii de linkuri prin care creezi un articol sau material infomativ si il publici pe siteul tau pe post de momeala. De fiecare data cand oamenii trimit link catre articolul tau, inseamna ca ai prins ceva, inseamna ca ai castigat un nou link catre tine.

Tipuri de momiri de linkuri

Exista mai multe tipuri de momiri de linkuri si este important sa poti sa le recunosti. Le vom analiza pe fiecare in parte chiar acum.

Stirea-momeala

Stirea-momeala este un tip de momire de linkuri, in care scrii un articol despre un eveniment recent. De exemplu, daca vrei sa iti exprimi opinia despre un scandal monden, asta se numeste stire-momeala. Cand scrii un articol de tipul

stire- momeala , de obicei va fi o analiza a diferitelor puncte de vedere sau poate propria ta opinie. Nu va fi nicodata un articol general, subiectiv, pentru ca atunci nu va fi cu adevarat o momeala. Un exemplu usor este un articol gen "Scandal, Stefan Banica se intoarce la Mihaela Radulescu" care probabil iti va aduce mii de vizitatori pe ora.

Contradictia-momeala

Aceasta este o modalitate extrem de eficienta de momeala in care scrii un articol care contrazice punctul de vedere umanim acceptat. Acestea pot fi afirmatii ale unor persoane faimoase sau niste pasaje din carti. Indiferente de ceea ce este, ca si in cazul stirilor-momeala, trebuie sa iti expui propria opinie despre subiect. Un articol de genul "Incalzirea globala face bine faunei din Alaska" probabil va starnii reactii din intreaga blogosfera.

Atacul-momeala

Un atac-momeala este in esenta o contrazicere-momeala, dar face un pas inainte. In loc sa nu fii de acord cu ceva sau cu cineva in mod politicos, aici de fapt ataci persoana sau ideea respectiva. Acum este bine de stiut ca in momentul in care faci asta, nu ar trebui sa faci afirmatii false. Intotdeauna dovedeste-ti afirmatiile cu argumente. Un exemplu poate sa fie un articol cu titlul "Statistica BNR pe anul 2008 este falsificata, PDF cu datele reale atasat articolului".

Resurse-momeala

Resursa-momeala reprezinta in esenta un articol informativ. Daca scrii un articol despre vacante ieftine in Grecia, ai scrie de fapt o resursa momeala. De obicei aceste aricole sunt foarte condensate. In loc sa foloseasca termeni exagerati,

scriitorul prefera termeni usor de inteles si condenseaza continutul numai la ceea ce e nevoie. Un bun titlu pentru un astfel de articol ar putea sa fie “Top destinatii in Grecia pentru 10 RON pe zi”.

Umor-momeala

Folosind umorul ca momeala, tu scrii de fapt un articol care se vrea a fi amuzant. Poti sa vorbesti despre stiri distractive intr-o modalitate amuzanta, sau sa postezi glume, un exemplu poate sa fie: “Cele mai bune videoclipuri romanesti de pe YouTube”.

Cum sa folosesti eficient atragerea linkurilor?

Momirea linkurilor este foarte simpla, de aceea sunt numai cateva lucruri pe care ar trebui sa le stii pentru o momire eficienta a linkurilor.

1. **Niciodata sa nu plagiezi**. Articolul pe care il scrii trebuie sa fie al tau si sa nu aiba nici o informatie copiata din alt articol. Daca folosesti surse, citeaza-le ca si cum ai scrie un eseu.

2. **Continut bun.** Intotdeauna scrie despre subiecte de care oamenilor le pasa. Asta te va asigura ca articolul tau este bun si bine primit.

3. **Gramatica si punctuatie perfecte.** Oamenii nu vor trimite link catre articole care au greseli de gramatica sau de punctuatie, indiferent de cat este de bun continutul. De aceea trebuie intotdeauna sa folosesti gramatica si punctuatia corecta in articolele tale.

Lectia 22 Recapitulare

Ai invatat in aceasta lectie ca folosirea momirii linkurilor reprezinta o modalitate invovativa de a obtine linkuri si extrem de eficienta. Acum ar trebui sa fii in stare sa aplici aceste concepte pentru a atrage mai multi vizitatori catre siteul tau.

Lectia 23 › Cum sa iti optimizezi blogul Wordpress

SUNT MULTE MODALITATI DE A OBTINE INDEXAREA rapida a siteurilor tale in motoarele de cautare. O astfel de modalitate este cea a folosirii unui blog. Blogurile, dupa cum bine stii, sunt in general rapid indexate de catre motoarele de cautare si reprezinta fara indoiala o modalitate eficienta de a atrage atentia motoarelor de cautare. Blogurile sunt bine privite de catre motoarele de cautare precum Google si intotdeauna primesc mai multe vizite din partea spiderilor motoarelor de cautare decat siteurile traditionale. Cu toate astea, nu toate blogurile sunt bine pozitionate in motoarele de cautare, pentru ca nu toate sunt optimizate precum ar trebui sa fie. De aceea vei invata aici sa iti optimizezi blogul Wordpress pentru motoarele de cautare.

Ce este un blog Wordpress?

Este important mai intai sa discutam ce sunt blogurile Wordpress - **http://wordpress.org** . In esenta, sunt bloguri care sunt gazduite fie pe siteul de bloguri al celor de la wordpress, fie pe propriul tau site. In acesta lectie, ne vom referi numai la acele bloguri care sunt gazduite pe siteul tau, pentru ca ele sunt cele care vor avea un impact major asupra pozitionarii siteului tau in motoarele de cautare.

In momentul in care gazduiesti propriul tau blog Wordpress, comparativ cu gazduirea pe un site gratuit ca Blogger.com sau Wordpress.org, ai mai multa

flexibilitate. Poti sa alegi exact ce sa apara si ce sa nu apara pe siteul tau. Poti sa instalezi ce fel de extensii de imbunatatire a blogului doresti.

Cum sa iti optimizezi blogul Wordpress

Cand vine vorba de optimizarea blogului Wordpress pentru motoarele de cautare, procesul se aseamana foarte mult cu optimizarea unui site normal. Va trebui sa aplici pasii urmatori pentru a-ti optimiza blogul la un potential maxim.

1. **Foloseste cuvinte cheie corecte**. Gandeste-te care este subiectul blogului tau. Care este nisa sau categoria blogului tau? Scrii despre muzica Rock? Sex? Religie? Indiferent care este subiectul, acesta reprezinta baza pentru cuvintele tale cheie. Vei dori sa alegi personal acele cuvinte cheie relevante pentru subiectul siteului tau. Asa ca, daca scrii despre muzica Rock atunci cuvinte cheie precum “trupa rock”, “chitara rock”, “rock usor” sunt alegeri excelente.

2. **Densitate corecta a cuvintelor cheie.** Alege toate cuvintele cheie si foloseste-le cu o densitate de aproape 2-5 %. Daca nu stii ce inseamna densitatea cuvintelor cheie, du-te la lectiile anterioare si citeste despre aceasta.

3. **Linkuri catre siteul tau.** Da, este la fel de important pentru un blog ca si pentru oricare alt site. Vei vrea sa obtii cateva linkuri de calitate provenind de la siteuri asemanatoare. Eventual, ai putea sa ceri altor bloguri sau probabil altor siteuri sa afiseze link catre tine. Doar asigura-te ca linkurile sunt de calitate si ca te vor ajuta.

4. **Continut bun.** Lumea nu va veni pe siteul tau daca ai un continut prost si, de asemenea, nici spiderii/paianjenii. Trebuie sa creezi continut bun si interesant pentru blogul tau si acesta trebuie sa fie frecvent actualizat (cel putin de cateva

ori pe saptamana). Daca faci asta, faci extrem de mult in ceea ce priveste optimizarea pentru motoarele de cautare.

5. **Titlu bun.** Cu Wordpress, ca si cu alte bloguri, ai posibilitatea sa iti editezi tu titlul. Dupa cum stii, titlul este un lucru extrem de important in optimizarea pentru motoarele de cautare si ar trebui sa te asiguri ca este ales in mod potrivit.

6. **Extensii.** Acesta este un aspect al optimizarii pentru motoarele de cautare specific pentru bloguri. Extensiile sunt o modalitate excelenta de a optimiza un blog, dupa cum vei invata in sectiunea urmatoare.

Extensii/accesorii/plugins

Sunt o multime de extensii care sunt foarte folositoare in optimizarea pentru motoarele de cautare si pe care le poti folosi pentru a-ti optimiza blogul. Vom discuta despre 3 astfel de extensii aici.

1. **All in One SEO Pack** - **http://wordpress.org/extend/plugins/all-in-one-seo-pack** . Aceasta extensie iti optimizeaza titlurile, reduce prescurtarea adresei url in momentul in care siteul e listat in motoarele de cautare si iti ofera posibilitatea sa ai pentru fiecare articol cuvinte cheie si descrieri diferite. Este o modalitate rapida si usoara de a-ti optimiza blogului.

2. **Google Sitemap Generator** - **http://wordpress.org/extend/plugins/google-sitemap-generator** . O harta a siteului este folosita pentru a fi indexat de Google, si a alege o prioritate a paginilor indexate. Aceasta extensie creeaza o harta (sitemap) pentru siteul tau, pentru a-l face mai accesibil celor de la Google. Este un element esential pentru fiecare blog Wordpress.

3. **Social Bookmarks** - **http://wordpress.org/extend/plugins/social-bookmarks** . Aceasta extensie permite sa atasezi fiecarui post publicat posibilitatea sa fie adaugat in siteuri de bookmarking social (gen Digg, Google Bookmarks, etc).

Lectia 23 Recapitulare

Cu toate ca blogurile sunt de obicei extrem de bine primite de catre motoarele de cautare, nu este de ajuns sa le lasi asa cum sunt si sa nu le optimizezi. Lectia 23 tocmai te-a invatat cum sa iti optimizezi blogul Wordpress.

Lectia 24 › Bookmarkingul social si beneficiile sale privind optimizarea pentru motoarele de cautare

DACA STAI SA TE GANDESTI, ESTE DE-A DREPTUL INCREDIBIL cat de mult a evoluat internetul in numai 10 ani de existenta. Daca urmarit aceasta crestere, probabil ca ai fost martor la o multime de tendinte diferite. Unele tendinte au fost doar temporare – cum ar fi folosirea exclusiva a limbajului HTML pentru programarea siteurilor si ignorarea completa a celorlalte - in timp ce altele au supravietuit mai mult.

Una din cele mai noi tendinte in internet este cea a retelelor sociale. O retea sociala este in esenta, dupa cum probabil stii, o comunitate online in care oamenii pot interactiona unii cu altii. Siteuri precum Myspace, Facebook sau LinkedIn sunt exemple edificatoare pentru ceea ce inseamna o retea sociala. Bookmarkingul social este un termen des folosit in legatura cu o retea sociala, dar sunt cateva diferente intre cei doi termeni. Ai auzit vreodata de folosirea bookmarkingului social in scopul optimizarii pentru motoarele de cautare si te-ai intrebat cum functioneaza? O sa afli asta in lectia 24.

Ce este un Bookmark Social?

Viziteaza aproape orice blog si vei observa un numar de iconite in partea de jos. Pe aceste iconite sunt scrise, intre altele, cuvinte precum del.icio.us sau Digg. Aceste iconinte sunt bookmarkuri sociale. Ce sunt bookmarkurile sociale? Sa ne gandim la ele in modul urmator: cand gasesti o pagina sau un site care chiar iti place, poti alege sa il adaugi in lista de siteuri favorite din browserul tau. Prin asta, creezi un link catre acel site pe un site de bookmarking. De fiecare data cand vrei sa accesezi siteul, tot ce ai de facut este sa apesi pe linkul respectiv.

Un bookmark social este salvat pe interne, asta inseamna ca oricine care viziteaza un site ca del.icio.us poate vedea ce siteuri si pagini iti plac tie. Ei pot apoi la randul lor alege sa viziteze aceste pagini daca doresc. Bookmarkingul social inseamna de fapt, sa informezi alte persoane din reteaua ta sociala despre o pagina de internet interesanta sau despre un website captivant pe care l-ai gasit.

Cum se aplica bookmarkingul social optimizarii pentru motoarele de cautare?ok

Bookmarkingul social suna bine si sofisticat, dar chiar ajuta in ceea ce priveste optimizarea unui site pentru motoarele de cautare? Nu se poate raspunde la aceasta intrebare cu un simplu da sau nu, asa ca va trebui sa analizam putin mai atent aceasta situatie.

Cum functioneaza bookmarkingul social

De fiecare data cand o persoana iti viziteaza pagina si apasa pe un buton de bookmarking social, siteul tau este adaugat in lista lui de siteuri favorite. Aceasta informatie este trimisa la siteurile de bookmarking social care le inregistreaza

astfel incat pot fi vazute de toata lumea. Informatia inregistrata pe site include adresa siteului tau, o descriere scurta a ceea ce contine pagina si alte elemente.

Bookmarkingul social se aseamana foarte mult cu linkurile catre siteul tau. Ele ofera oamenilor posibilitatea sa iti acceseze siteul prin apasarea unui click. De aceea, sunt vazute si indexate de paianjeni/spideri. De fiecare data cand un spider viziteaza siteuri de bookmarking social si gaseste o referinta catre siteul tau, el iti va vizita siteul ca si cum ar urmari un link normal.

In esenta , bookmarkingul social se afla pe aceeasi pozitie cu linkurile catre siteul tau. Deja stii ca linkurile catre siteul tau sunt cruciale pentru optimizare, asa ca acest concept este usor de inteles.

Dar cum mai exact influenteaza bookmarkingul social optimizarea pentru motoarele de cautare? Fiecare bookmark catre o anumita pagina este adaugat in siteul de bookmarking social. Din acest total, siteul de bookmarking social vine cu un algoritm de clasificare a continutului. Cu cat mai multe boomarkuri are o pagina, cu atat este pozitionata mai bine. Cu cat pozitionarea este mai buna, cu atat creste vizibilitatea siteului si, bineinteles, cu cat siteul e mai vizibil, cu atat primesti mai multi vizitatori.

Cand spiderii viziteaza siteuri de bookmarking social, ei vor lua in considerare categoriile diferite si informatiile pe care un site de bookmarking social le are pe o anumita pagina. Deci tot ceea ce este important in bookmarkingul social este important si in optimizarea pentru motoarele de cautare.

Cum pot adauga optiunea de bookmarking social siteului meu?

Daca ai un blog, este foarte usor. Tot ceea ce trebuie sa faci este sa instalezi un plugin de bookmarking social pentru blog (vezi lectia 23). Daca nu folosesti un blog pe siteul tau, va trebui sa lucrezi putin mai mult. Daca vrei sa afli cum poti sa adaugi optiunea de bookmarking social unui site, viziteaza siteuri de bookmarking social precum del.icio.us si Digg.

Lectia 24: Recapitulare

Lectia 24 a avut scopul de a prezenta bookmarkingul social si efectele sale privind optimizarea pentru motoarele dea cautare. Ar trebui acum sa fii capabil sa folosesti cu success bookmarkingul social pe siteul tau.

Lectia 25 › Apropierea frazelor cheie si frecventa lor in continut

CUVINTELE CHEIE, DUPA CUM AI AFLAT DEALUNGUL acestor lectii, reprezinta o parte esentiala in optimizarea pentru motoarele de cautare. Poate crezi ca nu conteaza cum sunt plasate aceste cuvinte in continutul unui text, dar asta nu e adevarat. Plasamentul conteaza destul de mult si chiar poate face o diferenta in pozitionarea mai buna sau mai proasta in motoarele de cautare. Este important pentru webmasteri sa stie unde ar trebui plasate cuvintele cheie in continutul unui text, sau altfel risca folosirea cuvintelor cheie in mod ineficient. Urmeaza sa inveti despre aceste fraze cheie, apropierea si frecventa acestora in aceasta lectie.

Ce sunt frazele cheie?

Frazele cheie sunt combinatii de mai multe cuvinte cheie. De exemplu, in loc de a folosi numai un cuvant, vei folosi mai multe. Un exemplu de fraza cheie ar putea fi “cantece pentru chitara electrica” sau orice alta combinatie de cuvinte cheie relevante. Este important ca toate cuvintele cheie folosite intr-o fraza cheie sa fie relevante. In caz contrar, fraza cheie nu este de nici un folos deoarece, precum stii, cuvintele cheie irelevante nu ajuta un site ci ii fac rau. Spiderii cauta fraze cheie care sunt relevante si populare. Asigura-te ca textul tau le contine in cantitatea potrivita.

Ce inseamna apropierea frazelor cheie?

Apropierea frazelor cheie poate fi destul de neclara si pentru unii dintre cei mai experimentati webmasteri in optimizarea pentru motoarele de cautare. Si asta nu pentru ca subiectul e greu de inteles, ci pentru ca nu este extrem de bine explicat. Daca incerci sa efectuezi o cautare pentru apropierea cuvintelor cheie, nu vei gasi prea multe informatii bune si concise. Le poti gasi insa aici.

Apropierea frazelor cheie se refera la locatia frazelor cheie in relatia unora cu altele. De exemplu, sa luam in considerare urmatorul paragraf:

"Chitara electrica este unul din cele mai populare instrumente muzicale. Exista milioane de chitaristi electrici amatori care canta la chitara electrica in fiecare zi. Nu toti chitaristii electrici pot deveni buni la acest instrument, dar asta nu se datoreaza lipsei de talent. Oricine poate deveni bun in a canta la chitara electrica daca stie ce sa practice. Chitaristii electrici pot invata o multime de informatii folositoare din cartea noastra "Fundamentele Chitarei Electrice".

Daca observi cu atentie, vei observa care sunt elementele cheie. Daca nu ti-ai dat seama, cele doua sunt "chitara electrica" si " chitarist electric". Vei observa ca aceste fraze cheie nu sunt prea departe una de alta. De fapt, ele se gasesc in propozitii alternative. Bazat pe asta, poti spune ca frazele cheie au o vecintatae medie, pentru ca nu sunt nici prea aproape, nici prea departe unele de altele.

De ce este apropierea asa de importanta?

Apropierea cuvintelor cheie este importanta pentru ca spiderii au fost programati sa caute anumite tipare cand vine vorba de locatia cuvintelor si a frazelor cheie intr un text. Ei vor sa vada fraze cheie aranjate in ordinea corecta

si la distanta corecta. De aceea este foarte important sa te asiguri ca frazele cheie au o apropiere potrivita. O apropiere potrivita ar fi cea in care frazele cheie alterneaza in propozitii precum in exemplu din paragraful precedent.

Ce este frecventa frazelor cheie?

Frecventa frazelor cheie este in esenta, numarul de folosiri a unei anumite fraze cheie. Este exact ca densitatea cuvintelor cheie, in sensul ca trebuie sa atingi o frecventa a frazelor cheie intre 3 si 5%. Orice mai putin de 3% este considerat ineficient, in timp ce orice mai mult de 5% este considerat exces.

Cum poti calcula procentul frecventei frazelor cheie? Ei bine, iei numarul total de cuvinte din text si il imparti la numarul de aparitii ale frazelor cheie folosite. Astfel vei obtine procentul frecventei frazelor cheie.

De ce este frecventa importanta?

Ca orice alt lucru, frazele cheie trebuie sa fie prezente destul de des pentru a fi observate. Daca o fraza cheie apare de prea putine ori intr-un text, aceasta nu va fi remarcata de catre spiderii motoarelor de cautare. Daca nu este remarcata de spideri, poate la fel de bine nici sa nu fie prezenta. De aceea trebuie sa te asiguri ca frazele cheie sunt folosite destul de des intr-un text.

Lectia 15: Recapitulare

Apropierea frazelor cheie si frecventa lor sunt ambele importante in continutul unui text. Neavand o apropiere sau o frecventa potrivita, acest lucru te poate tine departe de vizitele spiderilor motoarelor de cautare si s-ar putea sa nu fii pozitionat in motoarele de cautare atat de bine precum ar trebui sa fii. De aceea

este important sa folosesti apropierea si freventa potrivita cand utilizezi fraze cheie pe siteul tau.

Lectia 26 › Cum sa obtii mai multi vizitatori folosind inscrierea feedurilor

OPTIMIZAREA PENTRU MOTOARELE DE CAUTARE este un subiect atat de larg incat nu poate fi discutat complet intr-o lectie, sau intr-un set de lectii, indiferent cat de multe ar fi acestea. Si asta datorita faptului ca sunt atat de multe subcategorii in acest subiect. Optimizarea pentru motoarele de cautare este un lucru cu multiple dimensiuni, pe care fiecare webmaster trebuie sa il invete intr o perioada considerabila de timp- nu se poate invata peste noapte. Bineinteles, acest proces s-ar putea sa fie putin neclar datorita subiectului destul de larg al optimizarii pentru motoarele de cautare. In aceasta lectie, ne vom concentra pe obtinerea vizitatorilor folosind inscrierea feedurilor. Cei care nu stiu ce inseamna inscrierea feedurilor vor afla acum.

Ce este un feed sau flux RSS?

Daca ai citit lectiile noastre anterioare, probabil ca stii deja ce este un feed. Daca nu, vei invata aici. De fapt, un feed se aseamana extrem de mult cu stirile de la televizor. De fiecare data cand vrei sa vezi un program de stiri, ti se prezinta ultimele intamplari din orasul tau, judetul tau, tara ta sau chiar din toata lumea. Aceste stiri sunt feedul in scenariul nostru si ele te tin bine informat. Un feed de pe internet este exact la fel. El spune oamenilor cand apare pe un site continut nou.

De ce ar trebui sa le folosesc pentru promovarea unui site?

Feedurile sunt instrumente grozave, dar ajuta ele oare la optimizarea pentru motoarele de cautare? Da, cu siguranta. Oamenii au tendinta sa graviteze in jurul siteurilor care sunt actualizate frecvent. Ei vor continut nou, proaspat si daca aud despre un site care ii intereseaza si le ofera acest continut ei il vor vizita. Dar cum sa gaseasca acest gen de siteuri? Ei pot sa afle despre siteul tau fie din vorba in vorba ("word of mouth"), fie prin folosirea feedurilor.

Feedurile au scopul de a le spune oamenilor cand un site adauga continut nou . Acesta este foarte folositor pentru promovarea siteului, deoarece practic spune vizitatorilor tai ca siteul are continut nou si ar trebui vizitat.

Dar cum obtin mai multi vizitatori?

Ok, le spune vizitatorilor fideli cand siteul tau este actualizat, dar cum ajuta asta la obtinerea mai multor vizitatori? Asta este o intrebare buna. De fapt, exista siteuri create special cu scopul de a afisa feeduri. Aceste siteuri gazduiesc feeduri pentru milioane de alte siteuri si de fiecare data cand un site trimite un feed catre siteurile de feeduri, este afisat acolo. Deci oricine viziteaza siteurile de feeduri va observa cand un anumit site a fost actualizat.

Siteurile de feeduri sunt vizitate de milioane de persoane in fiecare zi. Oamenii care cauta siteuri noi pentru a le vizita vor accesa aceste siteuri de feeduri si vor apasa linkurile tale. Acum gandeste-te la asta: si daca numai 1% din oamenii care viziteaza siteurile de feeduri apasa pe feedul siteului tau, asta inseamna mii de

vizitatori noi pentru siteul tau. Acesta e un numar urias si se datoreaza numai folosirii inscrierilor feedurilor.

Grozav! Dar cum adaug feeduri la siteului meu?

Acum stii de ce feedurile sunt atat de folositoare. Dar cum mai exact poti sa le adaugi la siteul tau? Este un proces complicat? Sau este usor? Vom discuta despre asta in urmatoarele paragrafe.

Adaugarea feedurilor la un site Wordpress

Ideea construirii unui site pe o platforma Wordpress a devenit foarte populara in ultimii 5 ani. Asta se datoreaza in esenta faptului ca blogurile sunt in mod natural prietenoase din punctul de vedere al optimizarii si este mult mai simplu sa mentii un blog decat sa mentii un site extrem de sofisticat. Din fericire, adaugarea feedurilor la un blog este foare usoara. Pentru cei mai multi este doar o problema de instalare si activare a unui plugin de feeduri, in unele cazuri el exista deja instalat sau oferit de catre platforma de blogare. Nu ai vrea sa alegi un plug care va face mai mult rau decat bine siteului tau. De aceea, asigura-te ca te informezi suficient despre un anumit plugin de feeduri inainte sa il instalezi.

Adaugarea feedurilor unui site normal

Adaugarea feedurile unui site normal este putin mai grea, in sensul ca implica putina programare. Din fericire, multe siteuri si instrumente incearca sa usureze acest proces. O simpla cautare pentru "adaugarea de feeduri unui site" pe net va genera destule rezultate folositoare.

Cum imi inscriu feedurile?

Aplicatia **Feed Submitter** - **http://www.submitsuite.ro/produse/feed-submitter.htm** inscrie semi-automatizat blogul sau feed-ul siteului tau in 200 de directoare de bloguri si siteuri RSS.

Lectia 26 : Recapitulare

Feedurile sunt instrumente foarte folositoare cand vine vorba de a atrage mai multi vizitatori pe un site. Asigura-te sa le folosesti pe siteul tau si rezultatele se vor vedea pe termen lung.

Lectia 27 ›
Fa-ti produsul cunoscut folosind inregistrari audio si video

OAMENII FOLOSESC OPTIMIZAREA PENTRU motoarele de cautare pentru a obtine pozitii fruntase pentru paginile lor. Sunt mai multe motive care stau la baza acestei dorinte. Unii vor numai ca mai multe persoane sa le vada siteul, in timp ce altii cauta sa castige mai mult prin obtinerea unui numar mai mare de vizite. Indiferent de motiv, optimizarea pentru motoarele de cautare ii ajuta sa isi indeplineasca obiectivul. Multa lume foloseste optimizarea pentru motoarele de cautare pentru a obtine mai multi vizitatori interesati in cumpararea unor produse. Aceasta practica este foarte eficienta si a fost discutata in lectiile anterioare. Lectia de astazi se concentreaza pe folosirea inregistrarilor audio si video pentru a-ti promova produsul.

Ce este o inregistrare?

Te-ai uitat vreodata la televizor? Este o intrebare prosteasca, nu-i asa? Bineinteles ca ai vizionat programe la televizor, cel mai probabil inca de mic. Probabil ca ai vazut o multime de transmisiuni de stiri. Aceste transmisiuni iti spun ce se intampla in lume. O inregistrare audio/video (podcast/videocast) face acelasi lucru. O inregistrare iti prezinta cateva stiri, dar in loc sa faca asta folosind televiziunea, o face folosind internetul. Poti sa privesti o inregistrare ca fiind un program audio sau video care ofera informatii, fie stiri, fie informatii despre un produs.

Inregistrarile audio

Inregistrarile audio au devenit foarte populare odata cu inventarea MP3 playerurilor. MP3 playerele ofera posibilitatea de a lua un mp3 cu tine oriunde si oamenii le folosesc nu numai pentru a asculta muzica, ci si pentru a asculta carti sau inregistrari. Dj'ii amatori si statiile radio au inceput sa isi creeze propriile lor inregistrari si sa le ofere spre descarcare pe internet. Oamenii interesati in subiectul unor anumite inregistrari le vor descarca si le vor asculta. Aceasta practica este incredibil de populara astazi, cu milioane de inregistrari audio descarcate in fiecare saptamana.

Inregistrarile video

Inregistrarile video au luat ideea unei inregistrari si au dezvoltat-o mai mult. Este in esenta ca un program de televiziune. Exista atat inregistrari video, cat si audio. Din nou, inregistrarile video au devenit cunoscute cam in momentul in care iPodurile video au aparut pe piata si sunt inca extrem de populare.

Oamenii folosesc inregistrarile video pentru a-si exprima propriile opinii despre anumite lucruri si pentru a promova anumite produse (mai multe despre asta mai tarziu) si le publica pe siteuri gen **http://www.youtube.com** sau **http://www.trilulilu.ro** .

Sunt inregistrarile video/audio folositoare pentru a promova un produs ?

O intrebare excelenta! Multa lume se intreaba daca inregistrarile audio/video chiar merita efortul.

Si raspunsul la aceasta intrebare se regaseste intr-o analiza mai detaliata.

In timp ce vizitezi diverse canale de televiziune, probabil ca ai observat o multime de programe informative prezentand produse. Aceste programe de televiziune fac de fapt publicitate unui produs. Sunt foarte folositoare pentru ca ele informeaza oamenii asupra un anumit produs, iar o persoana care este informata de avantajele unui produs este mai predispusa sa cumpere produsul mentionat. Asa ca iti poti imagina de ce aceste programe sunt asa de eficiente.

Ei bine, poti folosi inregistrarile audio/video la fel ca un program publicitar de televiziune. Poti sa folosesti inregistrarile pentru a informa lumea despre produsul tau, asa ca ei vor fi mai predispusi sa il cumpere.

Poti alege sa realizezi nu numai o inregistrare audio/video cu descrierea siteului sau produsului, ci si o reclama virala care sa atraga vizitatori prin modul si subiectul care il trateaza. Cele mai vizionate reclame virale se pot gasi la **http://www.submitsuite.ro/blog/topul-celor-mai-vizionate-reclame-virale** .

Cum sa creezi o inregistrare audio/video

Primul pas care trebuie facut inainte sa creezi o inregistrare este sa cumperi o camera video buna si/sau un microfon. Este foarte important sa ai un echipament bun pentru a obtine o calitate buna a inregistrarii audio/video. Asa ca ar trebui sa te informezi putin despre camere video si microfoane de calitate.

Apoi trebuie sa vii cu un subiect pentru inregistrarea ta. Cea mai buna modalitate de a face asta este sa te decizi carui public i se adreseaza produsul

tau. De exemplu, daca ai un produs care invata oamenii cum sa cante la chitara, inregistrarea ta trebuie sa fie despre acest subiect.

Multe persoane nu vor downloada inregistrari care nu sunt nimic mai mult decat programe publicitare. De aceea este foarte important sa vii cu o inregistrare care le ofera informatii relevante si ocazional sa mentionezi produsul tau. Poti sa spui lucruri in genul *"invatarea principalele acorduri, do, re sol, iti va da posibilitatea sa inveti mii de cantece la chitara. Cartea mea te invata nu numai aceste acorduri, ci mult mai mult."*.

In final, va trebui sa filmezi partea video sau sa inregistrezi partea audio. Daca nu te simti comfortabil cu crearea de video/audio, ar fi recomandabil sa cumperi o carte despre ele sau chiar sa angajezi un profesionist. Indiferent de ceea ce faci, asigura-te ca produci ceva de calitate.

Lectia 27 : Recapitulare

Inregistrarile audio/video reprezinta o modalitate excelenta de a transmite anumite informatii altor persoane. Asigura-te ca o folosesti pentru promovarea produselor tale si vei obtine mai mult profit.

Lectia 28 › Avantajele modificarii articolelor si rescrierii continutului

CONTINUT. AI AUZIT MEREU DE-A LUNGUL ACESTOR lectii cat este de important sa ai un continut de calitate pe siteul tau. Este o parte importanta a procesului de optimizare pentru motoarele de cautare pentru orice site si sa o ignori inseamna sa iti risti pozitia siteului in motoarele de cautare. Trebuie sa lucrezi si sa creezi un continut destul de bun pentru a atrage spiderii motoarelor de cautare si sa ii faci sa revina. Cu toate ca asta e o practica foarte buna, este totusi una foarte costisitoare. Webmasterii care nu au un buget semnificativ ar trebui mai bine sa foloseasca modificarea articolelor proprii si rescrierea continutului, ambele foarte bune alternative la a plati pentru continut nou. Le vom discuta pe ambele in lectia 28.

Ce este modificarea articolelor?

Deci ce inseamna modificarea articolelor? Hai sa ne imaginam ca ai un articol. Este scris la modul general si poate fi interpretat in mai multe moduri. Acesta este articolul tau de baza. Acest articol de baza poate fi distorsionat si modificat dupa cum vrei. Poti sa creezi cateva articole bazate pe articolul tau de baza datorita faptului ca informatia este prezentata intr-o maniera foarte generala.

Cand creezi un articol sau mai multe bazate pe cel original, se zice ca modifici articolul. De aceea modificarea articolelor este procesul de a lua un articol si a-l tranforma in mai multe. Diagrama de mai jos descrie cel mai bine acest proces

ARTICOL DE BAZA

|

v

Articol 1, Articol 2, etc.

Ce inseamna rescrierea continutului?

In ciuda a ceea ce cred anumiti oameni, rescrierea unui continut si modificarea articolelor nu sunt unul si acelasi lucru. Este adevarat ca se aseamana in anumite privinte, dar in realitate sunt doua subiecte diferite. In timp ce modificarea articolelor inseamna luarea unui articol si transformarea lui in mai multe, rescrierea unui continut inseamna luarea unui articol si rescrierea lui cu scopul de a schimba anumite aspecte, paragrafe sau sinonime pentru a obtine un text lizibil si care sa fie, din punctul de vedere al motoarelor de cautare, diferit.

Sa zicem ca ai un continut. Este foarte bun, dar ai vrea sa contina mai multa informatie. Daca este un articol despre “magazine online”, vei vrea mai multe informatii despre “magazine online” incluse in el. Deci ce ar trebui sa faci? Ai putea sa platesti pentru un articol complet nou, dar asta ar putea fi o cheltuiala inutila. In loc de asta, ai putea sa iei articolul curent si sa adaugi la el, eventual schimband ordinea anumitor propozitii, sinonime etc. Aceasta inseamna rescrierea continutului. Cand iti alegi un text, ii adaugi ceva sau il modifici in alt mod, tu de fapt rescrii continutul.

Care sunt avantajele modificarii articolelor?

Asadar, de ce ar trebui tu, ca webmaster, sa iei in considerarea posibilitatea modificarii articolelor? Exista o multime de avantaje in metoda de modificare a articolelor. Cu toate astea, ne vom concentra aici numai pe cateva.

Este mai ieftin

Ai nevoie de 5 articole despre chitare. Daca ar fi sa platesti pe cineva sa scrie 5 articole unice, te-ar costa undeva de la 25$ la 300 $. Sunt prea multi bani pentru a fi cheltuiti numai pentru continut, in special daca esti incepator in optimizarea pentru motoarele de cautare si ai un buget limitat. Modificarea articolelor este mult mai ieftina - poti sa o faci chiar tu fara nici un cost. De tot ceea ce ai nevoie este sa iei un articol si sa il transformi in 4 versiuni modificate putin.

Este mai rapid

Scrierea articolelor de la 0 poate sa fie un proces care consuma foarte mult timp. De ce ar trebui sa stai si sa petreci ore intregi scriind articole noi, cand poti lua un articol si sa il tranformi in 5? Este prostesc sa faci toata munca manual, cand nici macar nu e necesar.

Care sunt avantajele rescrierii continutului?

Obtinerea de continut de calitate foarte rapid

Am amintit cat de mult iti poate lua pana sa creezi continut nou, dar merita sa mai mentionam o data. Folosind un singur text si rescriindu-l pentru a-l face nou este mult mai rapid decat a incepe de la zero. Acesta este de departe cel mai mare avantaj al rescrierii unui continut.

Continut potrivit

Continutul potrivit este foarte important pentru succesul unui site. Cateodata este foarte dificil sa faci asta prin scrierea unui continut nou. Rescrierea continutului este mult mai usoara decat crearea unui text nou. Inca un avantaj in favoarea rescrierii continutului.

Lectia 28 recapitulare

Daca este un lucru pe care ar trebui sa il inveti din aceasta lectia, acela este ca rescrierea continutului si modificarea articolelor sunt doua modalitati extraordinare de a obtine un continut mai nou si mai bun. Asa ca nu le ignora. Asigura-te ca le incerci pe amndoua pentru a-ti revigora continutul optimizat pentru motoarele de cautare.

Article Spinner - **http://www.submitsuite.ro/produse/article-spinner.htm** este un software de rescriere a articolelor in limba engleza, folosind 68,000 sinonime si posibilitatea de a interschimba paragrafe.

Lectia 29 › Cum sa optimizezi domeniile expirate

EXISTA O MULTIME DE LUCRURI DE SPUS DESPRE optimizarea pentru motoarele de cautare. “Serios?” intrebi tu, “dar am crezut ca aceste lectii m-au invatat tot”. Nu chiar. Inca mai sunt cateva lucruri ramase, iar unul dintre acestea este optimizarea domeniilor expirate. Acesta e un subiect destul de neclar datorita faptului ca nu este discutat foarte mult de catre alte persoane. Daca ar fi sa faci o cautare privind optimizarea domeniilor expirate, nu o sa gasesti prea multe informatii. Vom vorbi despre asta mai in detaliu in lectia 29.

Ce este un domeniu expirat?

Domenii sunt cumparate si vandute zilnic. Un webmaster poate sa cumpere un domeniu, sa il pastreze un an si apoi sa cedeze drepturile asupra lui. Unele domenii pur si simplu nu au success, de aceea sunt lasate sa expire cand se termina contractul incheiat. Altele pot avea success, dar au fost prost administrate de catre proprietarul anterior. Un domeniu expirat este un domeniu care a fost detinut de o persoana, dar care a devenit disponibil spre achizitionare pentru publicul general.

De ce ar trebui sa cumpar un domeniu expirat?

Desi este o tactica de optimizare mai putin folosita, tactica domeniilor expirate este folositoare. Si asta pentru ca poti sa cumperi foarte ieftin un domeniu popular in trecut si sa culegi beneficiile. Acum s-ar putea sa intrebi, care sunt mai precis beneficiile cumpararii unui domeniu expirat? Mai exact, ai auzit probabil foarte des afirmatii false de genul „domeniile expirate sunt nefolositoare!“. Urmeaza sa separam realitatea de fictiune acum.

Fictiune: ”Google intotdeauna devalorizeaza domeniile expirate”

Cel mai cunoscut zvon pe care multi optimizatori sceptici l-au raspandit despre domeniile expirate este ca Google devalorizeaza automat toate domeniile expirate. Asta e fals. E adevarat ca Google devalorizeaza UNELE domenii expirate, dar asta nu se intampla cu toate. Depinde in esenta de perioada de timp in care aceste domenii au fost expirate. Un domeniu care a expirat de mai bine de un an probabil ca nu va avea vreo valoare in Google, dar unul care tocmai a fost pus pe liber va avea inca o valoare buna a Page Rank-ului.

Fictiune: “Cumpararea unui domeniu expirat garanteaza un Page Rank bun”

Din nefericire, asta este fictiune. Da, este o idee buna sa cumperi un domeniu folosit, dar simplul fapt ca l-ai cumparat nu iti garanteaza un page rank bun din start. Dupa cum am mai spus, valoarea Page Rank-ului depinde nu numai de perioada de timp in care domeniul a fost nefolosit, ci si de popularitatea siteului pana ca domeniul sa expire. Daca nu a fost popular inainte, foarte probabil ca nu o sa devina acum.

Fictiune : “Pot cumpara un domeniu expirat si sa il reconstruiesc si tot voi avea un rank ridicat”

bune domenii expirate. Asigura-te ca le vizitezi pe acestea, precum si alte siteuri similare atunci cand esti in cautare de domenii expirate.

Lectia 29: Recapitulare

Domeniile expirate pot deveni o investitie extraordinara pentru webmasterii care cauta sa obtina un page rank foarte bun chiar de la inceput. Cu toate astea, este important sa alegi domeniile expirate cu atentie, pentru a le obtine pe cele mai bune.

Lectia 30 › Trucuri, tehnici si tactici privind optimizarea pentru motoarele de cautare

OPTIMIZAREA PENTRU MOTOARELE DE CAUTARE este un subiect care contine diverse subcategorii mai mici, dupa cum probabil ai invatat in ultimele 29 de lectii. Este in adevaratul sens al cuvantului un subiect urias, si nu unul care poate fi stapanit foarte usor. Cu toate astea, noi am incercat sa-l acoperim in aceste lectii asa ca probabil acum esti pe drumul bun sa ajungi un expert SEO- sau cel putin un cunoscator in ceea ce priveste optimizarea pentru motoarele de cautare si utilitatea ei pentru siteul tau. Pe scurt, nu a ramas prea mult ce te-am mai putea invata despre SEO. In aceasta lectie, vom recapitula principalele lucruri despre care am discutat in lectiile anterioare.

Recapitularea tehnicilor fundamentale de optimizare

Importanta cuvintelor cheie

Un important concept in optimizarea pentru motoarele de cautare este ideea cuvintelor cheie. Cuvintele cheie joaca un rol major si pot decide soarta unui site din punctul de vedere al optimzarii. Daca gresesti in aria cuvintelor cheie, nici o alta tehnica de optimizare nu poate compensa folosirea proasta a acestei metode. De aceea este foarte important sa cunosti importanta folosirii cuvintelor cheie.

Cuvintele cheie sunt cuvinte folosite cu o anumita frecventa intr-un text. In functie de lungimea textului, un anumit cuvant cheie poate fi folosit intre 5-25 ori. Cuvintele cheie sunt cuvinte care atrag atentia spiderilor/paianjenilor motoarelor de cautare, programe care cauta siteuri pentru a fi adaugate in motoarele de cautare.

Este foarte important sa alegi cuvinte cheie relevante pentru siteul tau. Altfel spus, nu folosi un cuvant cheie precum "chitara electrica" daca ai un site care se concentreaza pe baseball. Va trebui sa alegi un cuvant cheie care este relevant pentru siteul tau si se potriveste bine in context. In caz contrar, acestea nu te vor ajuta deloc sa iti pozitionezi siteul bine in motoarele de cautare.

De asemenea, ai nevoie de o densitate potrivita de cuvinte cheie. Densitatea poate fi gasita prin impartirea numarului de cuvinte cheie la numarul total de cuvinte dintr-un continut. O densitate buna este cea intre 3-5%.

Un continut bun conteaza

Asadar cuvintele cheie sunt importante. Dar sunt ele singurul lucru care trebuie sa ne preocupe? Nu. Si asta pentru ca si continutul conteaza extrem de mult. Trebuie sa scrii continut corect din punct de vedere gramatical si interesant pentru vizitatori. Nu numai spiderii motoarelor de cautare iti vor vizita paginile, ci si persoane reale. Persoanele reale nu vor citi ceva ce nu are sens. Chiar si spiderii motoarelor de cautare sunt programati sa puna accent pe structura. Deci trebuie sa ai continut bun pe siteul tau. Daca nu il poti scrie tu insuti, ia in considerare posibilitatea sa angajezi pe altcineva sa il scrie pentru tine.

Linkuri

Inca de cand s-a inventat internetul si oamenii au inceput sa creeze siteuri, linkurile au contat extrem de mult. Ele reprezinta o modalitate de a-ti face siteul cunoscut. Sa ai un link pe siteul tau catre un alt site relevant, este de asemenea un lucru important in optimizarea pentru motoarele de cautare. Cu cat ai mai multe linkuri de calitate catre siteul tau, cu atat esti pozitionat mai sus in motoarele de cautare. Poti obtine linkuri bune catre siteul tau folosind bloguri sau alte siteuri si directoare web relevante. Vezi lectiile noastre anterioare pentru a citi mai mult despre aceste metode.

Tehnici mai avansate - RSS

Subiectul fluxurilor RSS-urilor este de obicei foarte neclar pentru incepatori. In lectia 17 am explicat acest subiect amanuntit, asa ca sa speram ca l-ai inteles pana acum. In urmatoarele randuri vom face inca o scurta aducere aminte a acestuia. RSS provine din engleza de la Really Simple Sindication si se aseamana extrem de mult cu televiziunea. De fiecare data cand un site care are RSS pe el este actualizat, o notificare (ping) este trimis catre siteurile de RSS carora le transmite faptul ca siteul a fost actualizat. Prin urmare, daca siteul tau are RSS si este actualizat, aceasta informatie este raportata catre siteurile de RSS. Bineinteles, asta iti va da posibilitatea sa obtii o vizibilitate mai mare a siteului tau, deci este o idee foarte buna sa ai un feed RSS pe siteul tau.

Lectia 30: Recapitulare

Speram ca de-alungul acestor 30 lectii ai acumulat cateva cunostinte care iti vor da posibilitatea sa iti optimizezi siteul la maximum. Multumim pentru lectura si mult succes in optimizare!

INDEX

Carti recomandate

Lois Kelly: Beyond Buzz – The Next Generation of Word-of-Mouth Marketing (2007, AMACOM, New York)

Lance Loveday & Sandra Niehaus: Web design for ROI (2008, New Riders, Berkeley)

Dorina Gutu: New Media (2007, Tritonic, Bucuresti)

John Caples: Metode de Publicitate testate (1997, Prentice Hall)

Mark Hughes: Buzz Marketing (2008, Publica, Bucuresti)

Bloguri si resurse recomandate

Cristina si Marius Mailat – **http://www.submitsuite.ro/blog**

Forumul Seopedia - **http://forum.seopedia.ro**

Cristian Mezei – **http://www.seopedia.org**

Google Webmasters - **http://googlewebmastercentral.blogspot.com**

Matt Cutts - **http://www.mattcutts.com/blog**

Bruce Clay - **http://www.bruceclay.com/blog**

Jim Boykin - **http://www.jimboykin.com**

John Battelle - **http://www.battellemedia.com**

Seth Godin - **http://sethgodin.typepad.com**

Online Marketing Blog - **http://www.toprankblog.com**

Search Engine Journal - **http://www.searchenginejournal.com**

Search Engine Roundtable - **http://www.seroundtable.com**

Search Engine Watch - **http://blog.searchenginewatch.com/blog**

Search Engine Land - **http://www.searchengineland.com**

SEO by the SEA - **http://www.seobythesea.com**

SEOmoz - **http://www.seomoz.org/blog**